

von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

## Basis-Wissen: Wie platziert man das Impressum richtig?

Viele Online-Händler sind verunsichert, wie und wo das Impressum auf ihren Internetpräsenzen darzustellen ist. Muss das Impressum zwingend als "Impressum" bezeichnet werden? Reicht es aus, dass der Link zum Impressum nur von der Startseite aus abrufbar ist? Reicht es aus, das Impressum am unteren Rand des Bildschirms zu verlinken? Wo ist das Impressum in sozialen Medien anzuführen? Diese und weitere Fragen werden im Folgenden beleuchtet.

### Frage: Wie und wo ist das Impressum vorzuhalten?

Die strukturelle und örtliche Ausgestaltung des Impressums wird durch die Darstellungserfordernisse des §5 Abs. 1 TMG vorgegeben. Demnach ist das Impressum **leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar** bereitzuhalten. In welchen Fallkonstellationen diese generell gehaltenen Kriterien (nicht) hinreichend gewahrt werden, soll im Folgenden anhand spezifischer Fragestellungen aufgezeigt werden.

### Frage: Wie ist das Impressum zu bezeichnen?

§ 5 TMG gibt vor, dass die notwendigen Informationen optisch leicht wahrnehmbar ("leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar") sein müssen. Der Zugriff auf die Informationen kann jedoch gerade auch durch die Verwendung unverständlicher Bezeichnungen vereitelt werden. Ungeachtet dessen, dass der jeweilige Nutzer auch Wert auf die kreative und originelle Gestaltung eines Internetauftritts Wert legen und mit dem Aufsuchen einer Website häufig auch die Erwartung verbinden mag, eine unterhaltsame Art und Weise der Darstellung vorzufinden, muss nach dem Zweck der Informationspflichten aus § 5 TMG der Diensteanbieter auf übliche Bezeichnungen zurückgreifen. Insofern hat sich der Diensteanbieter bei der Wahl eines geeigneten Namens für seine Anbieterkennzeichnung an den Gepflogenheiten der angesprochenen Verkehrskreise zu orientieren. Inzwischen ist davon auszugehen, dass neben dem Wort „Impressum“ vor allem die Angabe „Kontakt“ einen zulässigen, unmissverständlichen Indikator darstellen kann (so schon das OLG München, Urteil v. 11.09.2003 – Az. 29 U 2681/03, bestätigt durch den BGH, Urteil v. 20.07.2006 – Az. I ZR 228/03).

Dahingegen sollten für die Ausweisung des Impressums Formulierungen zwingend vermieden werden, die dem jeweiligen Nutzer nach dem objektiven Verkehrsverständnis nicht hinreichend signalisieren, dass er an der vorgesehenen Stelle auf relevante Anbieterinformationen zurückgreifen kann. Bezeichnungen, unter denen der durchschnittliche Nutzer mit einem Impressum vernünftigerweise nicht zu rechnen braucht, verstoßen gegen das Deutlichkeitserfordernis des §5 Abs. 1 TMG und können wettbewerbsrechtlich geahndet werden.

Beispiele für unzulässige Impressumsbezeichnungen:

- „Backstage“, da diese im allgemeinen Sprachgebrauch eher mit der Musikbranche in Verbindung gebracht wird - so das OLG Hamburg, Beschl. v. 20.11.2002 – Az. 5 W 80/02)
- „Information“/“Info“, da in Bezug auf die angeführten Informationen nicht hinreichend aussagekräftig und spezifisch – insofern können identitätsbezogene Kontakthinweise nicht erwartet werden (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)
- Link mit Bezeichnung „Ich freue mich auf E-Mails“, da in keiner Form erkennbarer Hinweis auf Anbieterinformationen (OLG Naumburg, Urteil v. 13.8.2010 – Az. 1 U 28/10)

**Um Abmahnungen wegen wahrnehmungserschwerenden Fehlbezeichnungen vorzubeugen, empfiehlt sich, das Impressum stets auch als solches auszuweisen.**

## Frage: Muss das Impressum im Rahmen eines Bestellvorganges im Internet immer vollständig angezeigt werden oder reicht ein Hinweis, etwa in Form eines Links, aus?

Auch hier sprach sich der BGH (Urteil vom 20.07.2006, Az. I ZR 228/03) zugunsten der Praktikabilität aus. So sei im Gesetz eben nicht vorgeschrieben, dass ein Impressum an einer bestimmten Stelle, etwa eines Online-Shops, zu veröffentlichen wäre. Erforderlich sei allein eine klare und verständliche Information, nicht mehr und nicht weniger. Danach könne es durchaus ausreichen, dass die nach § 1 Abs. 1 Nr. 1 BGB-InfoV erforderlichen Angaben mittels eines Links vom Verbraucher aufgerufen werden können.

Zwar muss das Impressum unmittelbar erreichbar sein. Dies erfordere aber nur eine Abrufbarkeit ohne wesentliche Zwischenschritte. Im Hinblick auf die Üblichkeit der Verwendung von Links beim Angebot von Tele- bzw. Mediendiensten im Internet und im Hinblick auf die Leichtigkeit, mit der Nutzer Links per Mausklick nachgehen können, sollen so die Informationen zur Anbieterkennzeichnung auch bei einer Weiterleitung über einen Link noch unmittelbar erreichbar sein.

## Frage: Reicht es aus, dass der Link zum Impressum nur von der Startseite aus abrufbar ist?

Lange Zeit war mit der umstrittenste Punkt beim Thema „Impressum“, an welcher Stelle man es denn auf seiner Internetpräsenz zu platzieren habe. Mit Urteil vom 20.07.2006 (Az. I ZR 228/03) hat der Bundesgerichtshof entschieden, dass es seit Ende 2006 wettbewerbsrechtlich nicht mehr zu beanstanden sei, wenn das Impressum erst durch mehrere Links von der Startseite aus zu erreichen ist. Dementsprechend sei es gerade nicht erforderlich, die Angaben eines Impressums auf der Startseite bereitzuhalten; es genüge vielmehr, wenn die Erreichbarkeit im Sinne §5 Abs. 1 TMG **über zwei Links** gewährleistet sei.

Zitat des BGH:

“

*"Eine unmittelbare Erreichbarkeit scheitert nicht daran, dass der Nutzer nicht schon in einem Schritt, sondern erst in zwei Schritten zu den benötigten Informationen gelangt. Diesen Anforderungen genügt der Internetauftritt der Beklagten. Ein langes Suchen ist, anders als die Revision meint, nicht wegen der konkreten Gestaltung der Homepage der Beklagten erforderlich, die neben dem Link "Kontakt" weitere Links enthält. Der Link "Kontakt" befindet sich deutlich abgesetzt in der linken sogenannten Navigationsspalte, in der die einzelnen Links übersichtlich angeordnet sind."*

”

Tip: Es sollte darauf geachtet werden, dass die Erreichbarkeit des Impressums nicht von bestimmten Scripts oder Browser-Plug-Ins abhängig gemacht wird (z.B. Impressum per JavaScript-Popup).

## Frage: Reicht es aus, das Impressum in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) unterzubringen?

Nein, so hat etwa das Landgericht Stuttgart entschieden (Urteil vom 11.03.2003, Az. 20 O 12/03), dass es nicht ausreicht, wenn das Impressum nur in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen dargestellt wird. Das Impressum sei nämlich üblicherweise nicht Bestandteil von Geschäftsbedingungen; es müsse vielmehr nach kaufmännischen Grundsätzen (vgl. § 37a HGB) auf allen Geschäftspapieren enthalten sein, auch wenn deren Verwendung nicht im Zusammenhang mit Vertragsabschlüssen stehe. Das Impressum würde daher nicht auf der Seite einer Website erwartet, deren Überschrift sie als Platz lediglich für die Allgemeinen Geschäftsbedingungen ausweise.

**Das Impressum ist zwingend außerhalb der AGB unter klar indizierender Bezeichnung (s.o.) als eigene Rubrik auf der Website anzuführen!**

## Frage: Reicht es aus, das Impressum am unteren Rand des Bildschirms zu verlinken?

Grundsätzlich: ja!

Allerdings müssen auch dann die Informationen des Impressums leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein (vgl. § 5 TMG). Unklar war vor allem das Kriterium der leichten Erkennbarkeit in einem vor dem OLG Frankfurt (Az.: 6 U 187/07) laufenden Rechtsstreit.

Denn der Diensteanbieter hatte den Link „Impressum“ am unteren rechten Ende der betreffenden Internetseite in sehr kleiner, blasser und drucktechnisch nicht hervorgehobener Schrift dergestalt platziert, dass er nicht ohne Schwierigkeiten auffindbar war und deshalb ohne weiteres überlesen werden konnte.

Das OLG Frankfurt urteilte, dass der Verpflichtung zur hinreichenden Anbieterkennzeichnung nicht

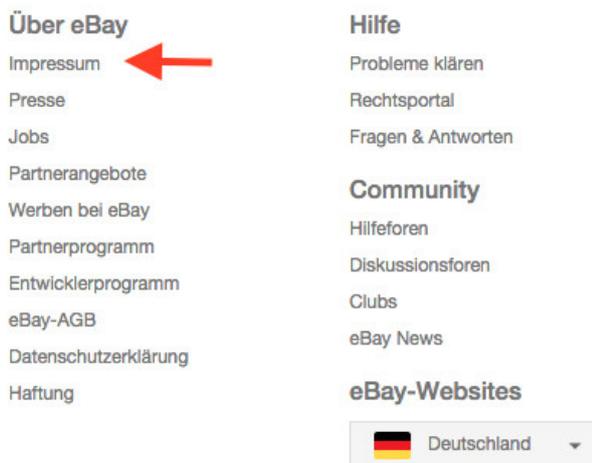
entsprochen werde, wenn der mit dem Begriff „Impressum“ gekennzeichnete Link, über den die Anbieterangaben aufgerufen werden können, nur in sehr kleiner Schrift und drucktechnisch nicht hervorgehoben am rechten unteren Ende der Homepage platziert ist.

Gleichzeitig machte es deutlich, dass jedoch die leichte Erkennbarkeit dann zu bejahen sei, wenn der Link zwar am unteren Ende der Homepage in relativ kleiner Schrift gesetzt wird, dort aber in eine Informationsleiste oder einen Informationsblock einbezogen wird, der als solcher ins Auge springt und der die Wahrnehmung des Nutzers auch auf die in ihm enthaltenen einzelnen Verlinkungen lenkt.

Tipp: Gehen Sie bei der Beurteilung, ob der Link auf das Impressum ins Auge springt oder nicht, kein unnötiges Risiko ein. Platzieren Sie deshalb Ihr Impressum leicht erkennbar, so dass der Link bzw. die Angaben für den Nutzer ohne langes Suchen auffindbar sind. Ist der Link zum Impressum zum Impressum deutlich hervorgehoben, steht dessen Anführung am Ende einer Internetseite nichts entgegen.

Vielmehr ist es inzwischen weitläufiger und unbeanstandeter Usus geworden, den Link zum Impressum im Internet zusammen mit weiteren Informationsbezugspunkten am Ende einer jeweiligen Website anzuführen.

Folgendes Beispiel auf ebay.de verdeutlicht dies:



**Über eBay**

- Impressum
- Presse
- Jobs
- Partnerangebote
- Werben bei eBay
- Partnerprogramm
- Entwicklerprogramm
- eBay-AGB
- Datenschutzerklärung
- Haftung

**Hilfe**

- Probleme klären
- Rechtsportal
- Fragen & Antworten

**Community**

- Hilfeforen
- Diskussionsforen
- Clubs
- eBay News

**eBay-Websites**

Deutschland

## Frage: Wo ist das Impressum in sozialen Medien anzuführen?

In sozialen Medien stellen die weitgehend nicht personalisierbaren und von den Plattformbetreibern vorgegebenen Gestaltungselemente viele impressumspflichtige Anbieter vor ein Problem. Insbesondere kann der Impressumslink nicht wie in eigenen Präsenzen am unteren Seitenrand dargestellt werden, da dieser dem Plattformbetreiber vorbehalten ist.

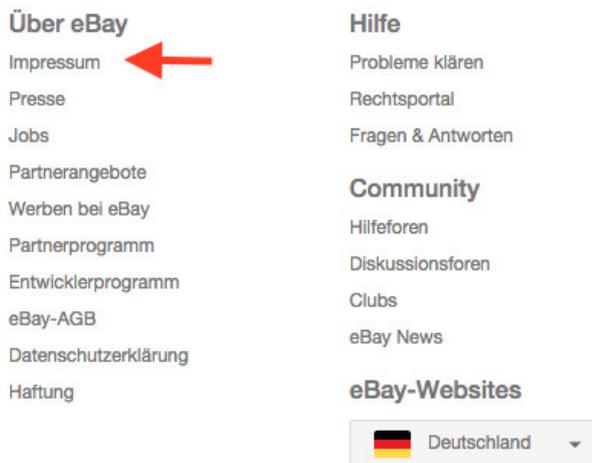
Zu beachten sind dennoch die Darstellungserfordernisse des §5 Abs. 1 TMG.

So wurde die Anführung des Impressums unter der Rubrik „Info“ oder „Information“ im Rahmen eines

Social-Media-Auftritts (hier: Facebook) für unzulässig erklärt, wenn die Inhalte der Rubrik erst über einen Klick aufgerufen werden können (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.

Es fehlte an einer „**leichten Erkennbarkeit**“.

Mittlerweile hat Facebook seine Info-Rubrik jedoch an den linken Rand des Profils verlagert und dafür Sorge getragen, dass deren Inhalte auch ohne die Notwendigkeit eines Klicks stets angezeigt werden. An einer „leichten Erkennbarkeit“ des Impressums in der Info-Spalte sollte es nun nicht mehr fehlen:



The image shows a screenshot of the eBay website's 'Über eBay' (About eBay) menu. A red arrow points to the 'Impressum' (Imprint) link. The menu is organized into several sections: 'Über eBay', 'Hilfe' (Help), 'Community', and 'eBay-Websites'. The 'Impressum' link is the first item in the 'Über eBay' section.

- Über eBay**
  - Impressum
  - Presse
  - Jobs
  - Partnerangebote
  - Werben bei eBay
  - Partnerprogramm
  - Entwicklerprogramm
  - eBay-AGB
  - Datenschutzerklärung
  - Haftung
- Hilfe**
  - Probleme klären
  - Rechtsportal
  - Fragen & Antworten
- Community**
  - Hilfeforen
  - Diskussionsforen
  - Clubs
  - eBay News
- eBay-Websites**
  - Deutschland

Zulässig soll es aus Gründen der Platzknappheit und etwaiger Gestaltungsschwierigkeiten auch sein, an geeigneter Stelle innerhalb eines Social-Media-Accounts auf ein externes Impressum zu verlinken, 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“).

Hinweis: das wohl größte soziale Netzwerk „Facebook“ hat inzwischen eine eigene Impressumsrubrik für geschäftsmäßig betriebene Profile eingeführt, auf die rechtssicher zurückgegriffen werden kann und die das Impressum links im **Profil in der stets einsehbaren „Info-Rubrik“** erscheinen lässt:

Allgemein **Seiteninfo** Administratoraufgaben Mehr ...

Name

Facebook-Internetadresse [Gib eine Facebook-Internetadresse ein](#)

Kategorie Personen: KünstlerIn

Startinformationen Ist Facebook beigetreten

Adresse

Zugehörigkeit [Filiale eingeben](#)

Kurze Beschreibung

Impressum

Impressum für deine Seite

**Änderungen speichern**

Abbrechen

## Frage: Können die Informationen auch in Form eines PDFs angegeben werden?

Generell ist es unzulässig, eine vorherige Installation eines Plugins oder sonstiger Software zum Lesen des Impressums vorauszusetzen. Dies steht nämlich dem Erfordernis der unmittelbaren Erreichbarkeit entgegen. Fraglich erscheint das aber hinsichtlich des weit verbreiteten, faktisch standardisierten Acrobat Readers. Unter Beachtung seiner kostenlosen und plattformunabhängigen Verfügbarkeit, dem stetig steigenden Angebot an PDF-Dokumenten und der auf neu erworbenen Computern zumeist vorinstallierten Software, könnte der Schluss nahe liegen, diese Software als essentiellen Bestandteil eines jeden Computers anzusehen. Aktuelle Rechtsprechung zu vorgenannter Problematik ist bislang nicht bekannt, daher bleibt es vorerst bei der herrschenden Ansicht der Unzulässigkeit eines Impressums im PDF-Format.

Tipp: Hängt die Wahrnehmbarkeit des Impressums von einer zusätzlichen technischen Vorbereitungshandlung des Nutzers ab, ist dessen universelle Verfügbarkeit nicht hinreichend gewährleistet. Auf Impressen in bestimmten Dateiformaten sollte verzichtet werden - dies umso mehr, als es gegebenenfalls sogar weniger Arbeit erfordert, ein solches rechtskonform per Link in Textform in die Website einzubinden.

## Frage: Wie lauten vier einfache Tipps zur Gestaltung bzw. Platzierung des Impressums?

- Jedes Impressum muss leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar gehalten werden. Dies ist am ehesten gewährleistet, wenn das Impressum bei einer Bildschirmauflösung von 1024\*768 Pixel dauerhaft sichtbar ist.
- Nach Möglichkeit sollte vermieden werden, dass das Impressum erst durch ein (wie auch immer geartetes Scrollen) der Website sichtbar wird. Insbesondere ist ein Scrollen über 4 Bildschirmseiten bei einer Platzierung des Impressums am Seitenende nicht mehr leicht erkennbar i.S.d. § 5 TMG.
- Die allgemeinen Informationspflichten i.S.d. § 5 TMG sollten am besten unter der Bezeichnung „Impressum“ oder auch „Anbieterkennzeichnung“ aufgeführt werden.
- Idealerweise ist das Impressum von jeder Seite der Website aus mit nur einem Klick erreichbar. Es empfiehlt sich eine Linkanführung am unteren Seitenrand, die auf jeder Seite einer Web-Präsenz unverändert existiert.

### Autor:

**RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)**

Rechtsanwalt