

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

Impressum richtig darstellen bei Amazon, eBay, Etsy, Facebook, Google+, Instagram, Tumblr, Twitter und Youtube

Für bestimmte Social-Media-Profile sowie auf einzelnen Verkaufsplattformen kann das Einbinden eines rechtssicheren Impressums erhebliche Schwierigkeiten bereiten. Im Folgenden stellt die IT-Recht-Kanzlei deswegen detaillierte Handlungsanleitungen für Amazon, eBay, Etsy, Facebook, Google+, Instagram, Tumblr, Twitter und Youtube bereit.

Impressum bei Amazon

Zum Einfügen eines Impressums ist der Aufruf des Reiters **„Ihre Informationen und Richtlinien“** unter der **Schaltfläche „Einstellungen“** erforderlich. Wählen Sie sodann auf der nachgelagerten Seite die Rubrik **„Impressum & Info zum Verkäufer“** aus:

Ihre Informationen und Richtlinien

Auf diesen Seiten können Sie benutzerdefinierten Inhalt zu Ihrer Firma und Ihren Richtlinien auf der Amazon-Website hinzufügen.

Sie können den Vorgang beginnen, indem Sie die zu überprüfende Seite aus der Liste unten auswählen. [Weitere Informationen](#)

<ul style="list-style-type: none">Impressum & Info zum VerkäuferFirmenlogoWiderrufsrecht		<ul style="list-style-type: none">VersandDatenschutzrichtlinie	<ul style="list-style-type: none">Häufig gestellte FragenBenutzerdefinierte Hilfeseiten
--	---	---	--

Es öffnet sich eine Eingabemaske, in welche Sie Ihr vollständiges Impressum eintragen können. Aufgrund des Deutlichkeitserfordernisses ist wichtig, dass innerhalb des Eingabefeldes die Überschrift **„Impressum“** gewählt wird:

Detaillierte Verkäuferinformationen

Geschäftsname:

Geschäftsart:

Handelsregisternummer:

UStID:

Unternehmensvertreter:

Telefonnummer:

Kundendienstadresse:

Geschäftsadresse:

Impressum bei eBay

Die geschäftsmäßige Nutzung eines Telemediendienstes, so auch einer Online-Verkaufsplattform, setzt nach §5 TMG die Angabe von spezifischen Identitäts- und Kontaktinformationen (Impressum) voraus, mittels derer potenzielle Kunden zur Kontaktaufnahme befähigt werden. Das Impressum ist leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig abrufbar zu halten.

Grundsätzlich stellt eBay das jeweilige Händlerimpressum eigenständig aus den Angaben zusammen, die zur Registrierung des Kontos hinterlegt worden sind. Weil im Einzelfall jedoch weiterführende Hinweise erforderlich sein können und die Zuverlässigkeit einer automatischen Generierung durch eBay nicht vollumfänglich gewährleistet ist, sollte die Vollständigkeit und Richtigkeit der Anbieterinformationen stets individuell überprüft werden.

Eine Möglichkeit zur Anpassung des Impressums hält eBay ebenfalls unter dem Punkt "Bearbeiten" der rechtlichen Informationen des Anbieters (s.o.) vor. Neben AGB und Widerrufsbelehrung kann hier die Option "Anbieterkennzeichnung" ausgewählt werden, die - angeklickt - verschiedene Eingabefelder für die gesetzlichen Pflichtangaben bereitstellt.

Anbieterkennzeichnung

Informieren Sie sich, warum Sie Ihre [Anbieterkennzeichnung](#) in die Artikelbeschreibung aufnehmen

Name des Unternehmens (inkl. Rechtsform)
Muster GmbH

Vorname **Nachname**

Geschäftsadresse
Marktplatz 1
14532 Europacr-Dreilinden Deutschland

Telefonnummer

Fax

E-Mail-Adresse

Zusätzliche, gesetzlich erforderliche Angaben

Nach 500 Zeichen möglich.
Mehr zum Thema [Zusätzliche Angaben](#)

Anmeldenummer im örtlichen Handelsregister oder anderem Register

(z. B.: Amtsgericht Fürth HRB 7342)

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer

Die Mehrwertsteuer wird auf meinen Rechnungen separat ausgewiesen.

Impressum bei Etsy

Für das Impressum ist auch nach der [rechtlich völlig missratenen \(!\) Etsy- Umgestaltung](#) weiterhin eine eigene Sparte vorgesehen, die sich nunmehr aber außerhalb der als „AGB“ bezeichneten Rechtsinformationen bewegt.

~~Etsy-Handler können kein vollständiges Impressum mehr nach Klick auf „Dein Shop“~~

~~„Shop bearbeiten“ TML kann nicht dargestellt werden.~~

~~Angaben zum Verkäufer TML kann nicht dargestellt werden.~~

„Kontaktinfo hinzufügen“ in einer sich öffnenden Maske mit vorgegebenen Feldern einfügen.

Angaben zum Verkäufer

Du verkaufst nach Europa?

EU-Käuferschutzgesetze schreiben vor, dass Verkäufer ihren Namen, ihre Geschäftsadresse sowie ihre Umsatzsteuernummer (wo zutreffend) für Käufer sichtbar anzeigen. Diese Info ist nur für Käufer sichtbar, die für ihren Standort ein EU-Land eingestellt haben. Etsy wird diese Informationen nicht nutzen, um mit dir in Kontakt zu treten. [Mehr erfahren](#)



+ Kontaktinfo hinzufügen

Zwar sind die von Etsy bereitgestellten Eingabefelder weitgehend vollständig. Zwei entscheidende Pflichtinhalte fehlen in den Impressumsoptionen allerdings.

1.) Handelsregistereintrag

Zum einen besteht keine Möglichkeit, einen Handelsregistereintrag anzuführen, der nach §5 Abs. 1 Nr. 4 TMG bei entsprechender Eintragung erforderlich ist. Dies kann vor allem für für Händler, die als eingetragener Kaufmann (e.K.) auf Etsy tätig sind, ein eigenständiges Abmahnrisiko begründen.

2.) Hinweis auf EU-Schlichtungsstelle

Zum anderen lässt sich der ab Anfang des Jahres verpflichtende Hinweis auf die EU-Streitbeilegungsplattform im Impressum nicht hinterlegen. Um Abmahnungen wegen einer gänzlich fehlenden Anzeige des Hinweises entgegenzuwirken, ist – solange etsy die Impressumsoptionen nicht mit dem geltenden Recht abgleicht – zu raten, den Text

“

*"Plattform der EU-Kommission zur Online-Streitbeilegung:
www.ec.europa.eu/consumers/odr"*

”

im **Feld „Ankündigung“** einzufügen, welches als Infobox innerhalb des Shops angezeigt wird. Dies garantiert weitgehend rechtssicher die erforderliche Wahrnehmbarkeit und jederzeitige Abrufbarkeit.

Um den Hinweis als „Ankündigung“ anzuführen, klicken Sie auf „Dein Shop“

Beachten ~~HTML~~ HTML kann nicht dargestellt werden.

Ankündigung ~~HTML~~ HTML kann nicht dargestellt werden.

„Füge eine Infobox-Ankündigung hinzu“

Ankündigung

Optional
Zuletzt aktualisiert am 16. Mär 2016

Plattform der EU-Kommission zur Online-Streitbeilegung:
www.ec.europa.eu/consumers/odr

Speichern

Abbrechen

Bitte stellen Sie sicher, dass im Ankündigungsfeld neben dem Hinweis auf die Streitbeilegung **keine weiteren Angaben** zum Shop oder zu bestimmten Angeboten erfolgen, die die Wahrnehmbarkeit des Hinweises behindern könnten.

Impressum bei Facebook

1.) Früher: Erhebliche Rechtsunsicherheit und notgedrungene Kreativität

Begründet durch das LG Aschaffenburg (Urteil v. 19.08.2011 - Az. 2 HK O 54/11) im Jahre 2011 und sodann mehrfach – auch letztinstanzlich – bestätigt, sorgte die Impressumspflicht auf Facebook lange Zeit für Furore. Weil es an einer plattforminternen Möglichkeit zur Einbindung fehlte, sahen sich gewerbliche Nutzer gezwungen, auf alternative Methoden zur Anführung ihrer Anbieterkennzeichnung zurückzugreifen. Die notgedrungene Kreativität reichte hier von hochgeladenen Bildern mit den erforderlichen Pflichtinformationen bis hin zu hervorgehobenen Beiträgen mit der Überschrift „Impressum“ auf den jeweiligen Seiten. Allerdings wurden viele Versuche, das Impressum im Rahmen der von Facebook vorgegebenen Personalisierungsoptionen darzustellen, mit Abmahnungen geahndet, welche die Missachtung der Kriterien der unmittelbaren Erreichbarkeit und leichten Erkennbarkeit rügten. Die so geschürte Rechtsunsicherheit fand ihren Höhepunkt in dem vom OLG Düsseldorf postulierten Verbot, das Impressum unter der Rubrik „Info“ vorzuhalten (Beschluss v. 13.8.2013 - Az. I-20 U 75/13).

2.) Heute: plattformeigene Impressums-Rubrik

Inzwischen hat Facebook im Interesse seiner gewerblichen Nutzer, auf deren Schultern die vom Netzwerk ausgehenden Unzulänglichkeiten lasteten, die früheren Missstände behoben und eine eigene Impressumsrubrik eingeführt, die jedem geschäftsmäßigen Profil und jeder Fanpage zur Verfügung steht. Dahingestellt sei, ob dieser Vorstoß auf autonome Motive oder aber auf einen entsprechenden Druck der Rechtsprechung zurückzuführen ist, die – eingeleitet durch das OLG Düsseldorf mit Urteil v. 18.06.2013, Az. I-20 U 145/12– für die Möglichkeit der Erfüllung der Impressumsvorgaben durch die Nutzer auch die Betreiber zur Bereitstellung hinreichender Gestaltungsmöglichkeiten verpflichten wollte.

a) Impressum innerhalb des Profils

Zur Einbindung eines unmittelbar erreichbaren und leicht erkennbaren Impressums auf Facebook ist innerhalb des Profils zunächst ein Klick auf die Rubrik „Info“ erforderlich. Es öffnet sich im Folgenden ein Katalog mit verschiedenen Kategorien, welche sowohl auf wesentliche Angaben wie die Zielrichtung und Charakteristika des Profils als auch auf Informationen zum jeweiligen Anbieter Bezug nehmen.

Bereits personalisierte Felder können durch einen blauen Button am rechten Rand bearbeitet werden, der beim Bewegen des Cursors über die jeweilige Zeile erscheint.



Chronik **Info** Fotos „Gefällt mir“-Angaben Mehr ▾

Seiteninfo

Meilensteine

SEITENINFO

Kategorie

Name IMPRESSUM TEST [Bearbeiten](#)

Themen [Wähle drei Wörter aus, um deine Seite zu beschreiben](#)

Facebook-Internetadresse

Startdatum

Adresse [Gib deine Adresse ein](#)

An neuer Stelle hält Facebook innerhalb dieser Informationssparte nun ein personalisierbares Feld mit dem Titel „Impressum“ bereit, in das alle gesetzlichen Pflichtinformationen zur Anbieterkennzeichnung eingetragen werden können.

Impressum

Impressum für deine Seite

[?]

Änderungen speichern Abbrechen

Hinweis: Damit Ihr Impressum inhaltlich in jedem Fall den gesetzlichen Anforderungen genügt, hat die IT-Recht Kanzlei einen Generator entwickelt, der individuelle Angaben zu einem rechtskonformen Impressum zusammenfügt. Zum Generator geht es [hier](#).

Nach einem abschließenden Klick auf „Änderung speichern“ ist das Impressum in den Profilinformationen hinterlegt und kann über die Profilseite abgerufen werden. Sind die Informationen eingetragen, so erscheint am linken Profilrand in dem eingerahmten Feld „Info“ ein klickbarer Link mit dem Wort „Impressum“, dem ein Buchsymbol vorweggestellt ist.

INFO  

 Füge eine kurze Beschreibung deiner Seite hinzu ...

 Webseite hinzufügen **Webseite hervorheben**

 Impressum [?]

Nach Anklicken dieses Links wird der informationsbedürftige Nutzer direkt zu der Stelle der Seiten- und Anbieterinformationen weitergeleitet, an welcher das Impressum vollständig aufgeführt ist. Facebook umgeht mithin das Erkennbarkeitshindernis, das zuvor bei einer Darstellung der Impressumsangaben innerhalb der Info-Rubrik vielfach gerügt wurde, durch einen Direktlink auf diese Stelle von der Profilseite aus.

b) Gegebenenfalls zusätzlicher Link auf externes Impressum

Zu berücksichtigen ist allerdings, dass Facebook innerhalb seiner Impressumsrubrik nur die allseits vorherrschende Schriftart und –größe zulässt, ohne dass einzelne Textteile um einer besseren Übersicht Willen hervorgehoben werden können.

Im Einzelfall – gerade bei komplexen Impressumsangaben – kann es deshalb sinnvoll sein, innerhalb des Impressumsfeldes auf Facebook den Ausführungen einen Link auf das externe Impressum des Gewerbetreibenden voranzustellen. Zwar dürfte bereits die Darstellung innerhalb Facebooks den Anforderungen des §5 Abs. 1 TMG genügen. Ein zusätzlicher Verweis ist aber auf keinen Fall schädlich und räumt jegliches Abmahnrisiko aus.

Wer eine zusätzliche Verlinkung auf das externe Impressum wählt, sollte sicherstellen, dass diese Funktion für den Nutzer erkennbar ist. Gewährleistet wird dies entweder durch einen sprechenden Link, bei dem das Wort „Impressum“ bereits aus der URL folgt, oder aber durch eine vorangehende Linkbezeichnung, etwa nach folgendem Beispiel: „Impressum: www.xyz.de“.

Impressum bei Google+

Auch wenn das Netzwerk „Facebook“ weltweit den ersten Rang in der sozialmedialen Kommunikation belegt, erhält sich die Plattform „Google+“ seit langem einen eigenständigen Geltungsbereich. Zwar ist hinreichend bekannt, dass die deutsche Rechtsprechung auf geschäftsmäßig genutzten Google+-Profilen die vollständige Umsetzung der Impressumspflicht nach §5 TMG verlangt. Nahezu beiläufig hat das Netzwerk jüngst allerdings grundlegende Designänderungen vollzogen, welche die Rechtssicherheit bereits eingebundener Anbieterinformationen aufheben und umgehende Anpassungen erforderlich machen. Im Folgenden lesen Sie, mit welchen Schritten Sie nun für ein ordnungsgemäßes Google+-Impressum sorgen können.

1. Restrukturierung des Layouts und Auswirkungen auf das Impressum

Eingeleitet durch ein das soziale Netzwerk „Facebook“ betreffendes Urteil des LG Aschaffenburg (Urteil v. 19.08.2011 - Az. 2 HK O 54/11) hat die Rechtsprechung innerhalb der letzten Jahre die aus §5 TMG hervorgehende Pflicht zur Anbieterkennzeichnung auf nahezu sämtliche Social-Media-Profile ausgedehnt, die nicht ausschließlich zu rein privaten Zwecken betrieben werden. Spätestens seit einer Entscheidung des LG Berlin 28.03.2013 (Az. 16 O 154/13) ist ein rechtssicheres Impressum auch in jeglichen Google+-Accounts voraussetzen, die – unabhängig von einer etwaigen Gewinnerzielungsabsicht – eine wirtschaftlich-nachhaltige Tätigkeit anklingen lassen. Mangelnde Personalisierungsmöglichkeiten und gestalterische Einschränkungen haben die Betroffenen hierbei in der Vergangenheit nicht selten mit erheblichen Schwierigkeiten konfrontiert, die von §5 TMG aufgestellten Kriterien der **leichten Erkennbarkeit, unmittelbaren Erreichbarkeit und ständigen Abrufbarkeit** einzuhalten.

Auf Google+ konnten die obligatorischen Anbieterinformationen bisher allerdings weitgehend rechtssicher in der Sektion „Über mich“ auf der Profilseite verortet werden. Im Wege der Umgestaltung ist diese Rubrik nunmehr aber dem Informationssymbol in Form eines eingekreisten „i“ gewichen.

Kontakt  



Nach geltender Rechtsprechung ist die Anführung von Impressumsangaben unter dem Reiter „Info“ und somit wohl erst recht nach einem vorangestellten Info-Emblem jedoch deswegen ungenügend, weil sie der nach §5 TMG erforderlichen leichten Erkennbarkeit zuwiderläuft. Ein verständiger Nutzer könne bei derartigen Schaltflächen vernünftigerweise keine konkreten Hinweise auf die Identität des Anbieters erwarten, sondern gehe von der Anführung allgemeiner Hinweise, die die konkret eingestellten Inhalte betreffen, aus (Urteil des LG Aschaffenburg v. 19.08.2011, s.o.)

Unabhängig von der durch die bloße Rubrikumgestaltung entfallenden Möglichkeit einer rechtssicheren Impressumsdarstellung sind die bisher existenten personalisierbaren Eingabefelder, in welche das Impressum eingetragen werden könnte, in Google+-Profilen nunmehr gänzlich weggefallen. Bereits in der ehemaligen „Über mich“-Sektion eingebundene Anbieterinformationen wurden im Rahmen der Designänderung vom System gelöscht.

Weil die Restrukturierungen netzwerkübergreifend und nicht nur auf selektierten Profilen durchgeführt wurden, besteht für sämtliche Inhaber von geschäftsmäßig betriebenen Google+-Accounts ein akuter Handlungsbedarf, ihre Präsenzen um ein neues rechtssicheres Impressum zu erweitern und somit drohenden Abmahnungen vorzubeugen.

In der nachstehenden Anleitung soll in einzelnen Schritten erläutert werden, welche notwendigen Maßnahmen nunmehr zur Darstellung einer den Anforderungen des §5 TMG genügenden Anbieterkennzeichnung ergriffen werden müssen.

2. Anleitung: Impressumseinbindung nach der Umgestaltung

Wie bei diversen anderen sozialen Netzwerken, die ihren Sitz im außereuropäischen Ausland haben und für die eine Impressumspflicht nach dortigem nationalem Recht nicht besteht, stellt Google+ seinen gewerblichen Nutzern auch nach der umfassenden Umgestaltung des Plattfordesigns keine seiteneigene Möglichkeit bereit, an geeigneter Stelle ein rechtskonformes Impressum anzulegen. Dieser Umstand bedingt, dass geschäftsmäßige Profilinhaber sich alternativer Darstellungsmethoden bedienen müssen.

Der nachfolgenden Anleitung vorangestellt sei an dieser Stelle der Hinweis, dass trotz eingehender Prüfung der Optionen die vollständige Rechtssicherheit bis zu einer Absicherung durch die Rechtsprechung nicht garantiert werden kann. Um dennoch die höchstmögliche Rechtskonformität zu gewährleisten, sollten die verschiedenen angeführten Darstellungsebenen kumulativ genutzt werden.

a. Impressumslink in Kurzinfo-Zeile

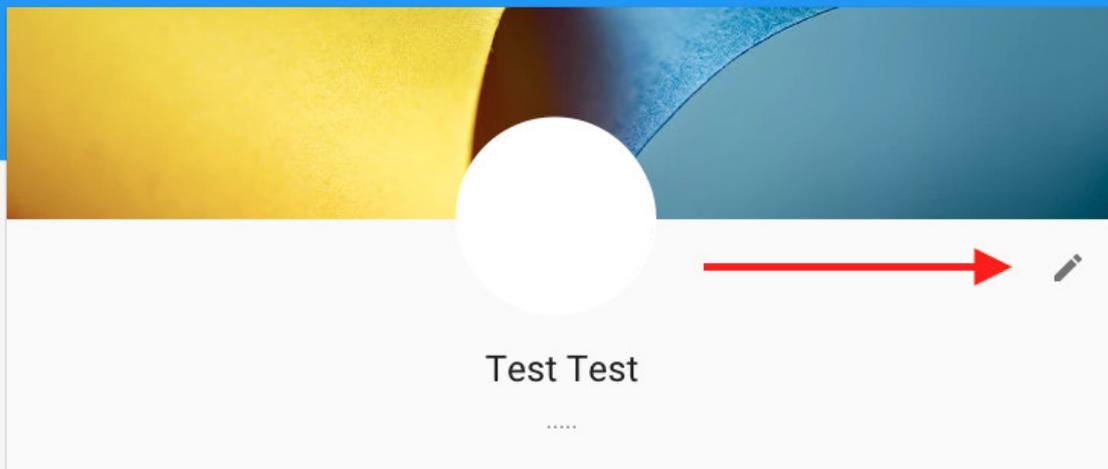
Zunächst ließe sich erwägen, der Impressumspflicht dadurch Folge zu leisten, dass in der personalisierbaren Kurzinfo-Zeile im Google+-Profil ein entsprechender Link auf ein externes Impressum (etwa das des Web-Shops) gesetzt wird. Gerichtlich anerkannt ist, dass der in §5 TMG geforderten unmittelbaren Erreichbarkeit auch dann noch genügt wird, wenn das Impressum lediglich deutlich verlinkt wird. Dies kann einerseits durch einen sprechenden Link geschehen, bei dem die URL das Wort Impressum (Beispiel: „www.xyz.de/impressum“) enthält, in anderen Fällen durch einen aufklärenden Zusatz vor dem Link erfolgen (Beispiel: „Impressum: www.xyz.de“). Wird der Charakter der Impressumsverlinkung aus der URL selbst nicht ersichtlich, ist ein aufklärender Zusatz voranzustellen.

Um auf die personalisierbare Profilübersicht zu gelangen, geben Sie im Eingabefeld ihres Browsers die URL **„aboutme.google.com“** ein (wichtig: ohne vorangestelltes „www.“). Sodann öffnet sich die öffentliche Profilsansicht Ihres Google-Accounts, in welcher Sie an verschiedenen Stellen Änderungen vornehmen können.

Klicken Sie auf das „Stift-Symbol“ am rechten oberen Rand des ersten Informationsfeldes, welches auch Ihr Profilbild enthält.

Die öffentliche Profilansicht ändern

Änderungen, die Sie hier vornehmen, werden in Google Drive, Google Fotos, Google+ und in anderen Google-Diensten angezeigt.



Sodann öffnet sich Pop-Up, in welchem Sie ihre Kurzinformation unterhalb ihres Profilnamens nach einmaligem Scrollen bearbeiten können. Tragen Sie unter dem Punkt „Kurzinfor“ entweder Ihren sprechenden Impressumslink ein oder stellen Sie ihrem nicht sprechenden Link den Zusatz „Impressum:“ voran.

Vorname	Nachname
Test	Test
Nickname	Kurzinfor
	Impressum: <u>www.xyz.de</u>

Nach einem Klick auf „OK“ am unteren rechten Rand des Pop-Ups erscheint Ihr Impressumslink sodann in der Profilübersicht. Problematisch, weil in Bezug auf die Rechtssicherheit nicht abschließend geklärt, ist allerdings, dass der angegebene Link nicht klickbar ist. Kritiker dieser Darstellungsmethode sehen hierin einen Verstoß gegen das Kriterium der „unmittelbaren Erreichbarkeit“, weil insofern zunächst ein Kopieren und Wiedereinfügen des Links durch den informationswilligen Profilbesucher erforderlich wäre.

Auf keinen Fall sollten sich Accountinhaber insofern lediglich mit dieser Darstellungsmöglichkeit begnügen.

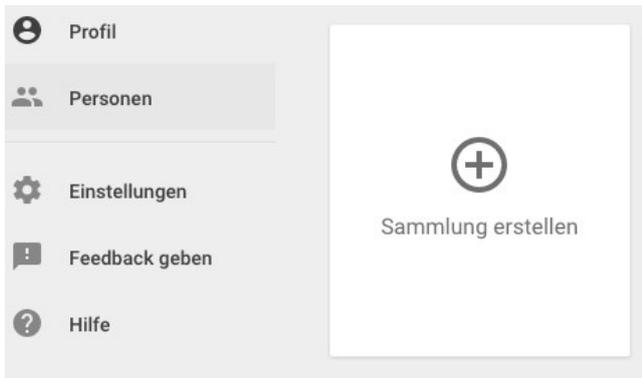
Achtung: grundsätzlich bestünde zwar die Möglichkeit, einen klickbaren Link auf ein externes Impressum in der Rubrik „Links“ der personalisierbaren Profilübersicht zu hinterlegen. Diese Rubrik wird in der öffentlichen Profilansicht allerdings neuerdings nie mit angezeigt, sodass die Erfordernisse der unmittelbaren Erreichbarkeit und der leichten Erkennbarkeit nicht gewahrt wären.

b. Impressum als Beitrag einer „Sammlung“

Um die höchstmögliche Rechtssicherheit der Impressumsdarstellung im Google+-Profil zu gewährleisten, sollte zudem auf die Einbindung des Impressums mittels eines Beitrags in der neuen Funktion „Sammlung“ zurückgegriffen werden. Dieser kann sodann an das Profil angepinnt werden und erscheint mithin stets im unmittelbaren Sichtfeld des profilaufrufenden Besuchers. Gleichzeitig hat der Beitrag den Vorteil, dass sämtliche Impressumsangaben innerhalb desselben direkt hinterlegt werden können und so die Erforderlichkeit einer Verlinkung wegfällt.

aa) Erstellen der Sammlung

Rufen Sie zunächst durch Eingabe der URL „plus.google.com“ (wichtig: ohne „www.“) das Aktivitätenprotokoll Ihres Profils auf und wählen Sie im Reiter linksoben unterhalb des Google-Logos die Kategorie „Profil“. Nach dem Öffnen Ihrer Profilübersicht klicken Sie den neuen Reiter „Sammlungen“ in der Rubrikleiste an und betätigen nach dem Scrollen bis zum Seitenende die Schaltfläche „Sammlung erstellen“.



Im sich öffnenden Pop-Up geben Sie der Sammlung den Namen „Impressum“. Die Eingabe einer Kurzinformation ist nicht erforderlich. Wohl aber muss sichergestellt werden, dass als Sichtbarkeitsoption die Einstellung „Öffentlich“ gewählt wird.

Sammlung erstellen

Impressum|

Sichtbar für:  Öffentlich 

Du kannst diese Einstellung später nicht mehr ändern.

Kurzinfo

0/80

ABBRECHEN [ERSTELLEN](#)

Klicken Sie auf den „Erstellen“-Button.

bb) Erstellen des Impressumsbeitrags

Im Folgenden werden Sie zur Übersicht ihrer Sammlung weitergeleitet. Hier können Sie nun einen neuen Beitrag hinzufügen, in welchem Sie ihre vollständigen Impressumsangaben hinterlegen.

Um Zweifel und Unsicherheiten auf Seiten der Besucher auszuräumen, sollte einleitend verdeutlicht werden, dass das nachstehende Impressum jenes für den genutzten Google+-Account ist. Auf diesen kann erneut verlinkt werden.

Impressum

Von



Impressum für den unter plus.google.com/xxxxxyzzz aufrufbaren Google+-Account der XYZ GmbH

Name und Anschrift
Telefonnummer
Fax
Mailadresse

usw.

Anhängen:  Foto  Link  Video  Veranstaltung  Abstimmung

An: **Impressum**

Teilen

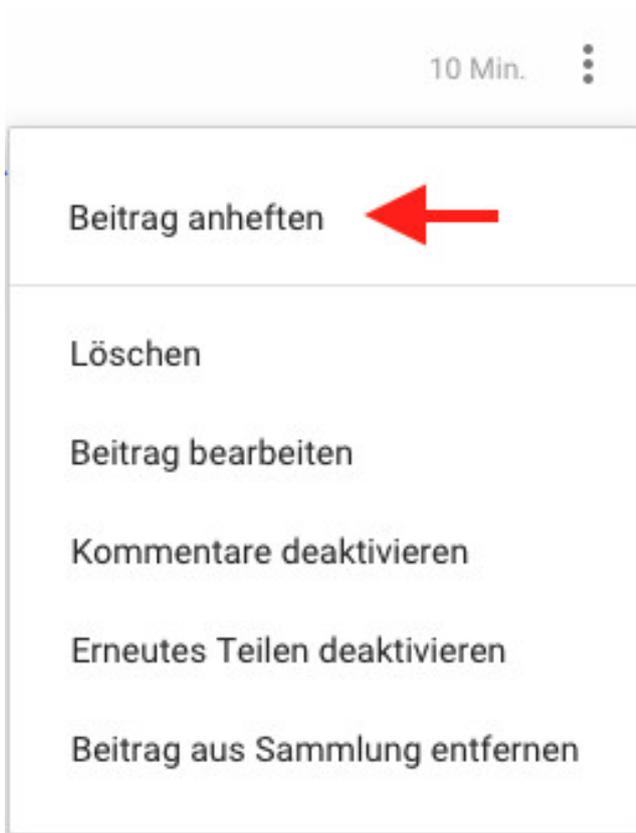
Abbrechen

Erstellen Sie den Impressums-„Beitrag“ mit einem Klick auf „Teilen“.

cc) Anheften des Impressumsbeitrags

Um im Folgenden zu gewährleisten, dass das eingefügte Impressum auch beim Erstellen neuer Beiträge stets an oberster Stelle angezeigt wird, sollte der entsprechende Beitrag dem Profil **angeheftet** werden.

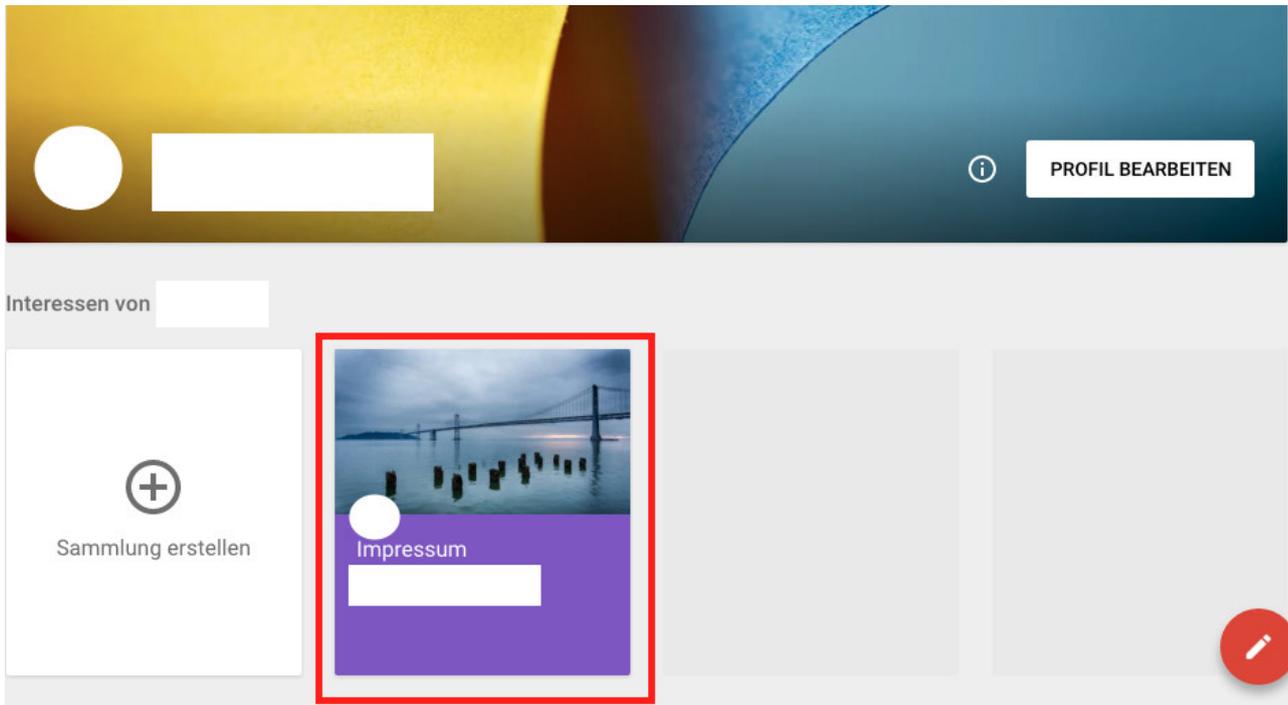
Rufen Sie dafür die Sammlung „Impressum“ in der Profilübersicht erneut auf und klicken Sie im eben erstellten Beitrag rechts unten zunächst auf die drei hintereinander folgenden blauen Punkte. Sodann erscheinen am oberen rechten Rand des Beitragsfenster 3 untereinander folgende graue Punkte, die Sie anklicken müssen. Es öffnet sich ein Fenster, in welchem Sie „Beitrag anheften“ auswählen.



Dadurch wird der Beitrag angepinnt und erscheint nun in der Sammlung stets ganz oben.

dd) Überprüfung

Stellen Sie abschließend durch einen erneuten Aufruf ihrer Profilübersicht im neuen Design sicher, dass ihre Impressums-„Sammlung“ mitsamt dem die Angaben enthaltenden Beitrag öffentlich angezeigt wird.



Impressum bei Instagram

Wie bei diversen anderen sozialen Netzwerken, die ihren Sitz im außereuropäischen Ausland haben und für die eine Impressumspflicht nach dortigem nationalem Recht nicht besteht, stellt auch Instagram seinen gewerblichen Nutzern keine personalisierbare Rubrik zur Einbettung eines Impressums bereit. Dieser Umstand bedingt, dass geschäftsmäßige Profilinhaber sich alternativer Darstellungsmethoden bedienen müssen.

1.) Grundsätzlich: 3 Möglichkeiten zur Einbindung

Auf Instagram kommen auf den ersten Blick 3 mögliche Darstellungsoptionen in Betracht, von denen nach Ansicht der IT-Recht Kanzlei unter Berücksichtigung des aktuellen Standes der Rechtsprechung jedoch nur eine hinreichende Rechtssicherheit bietet.

a) Jedes Instagram-Profil enthält im Bereich der Nutzerinformationen ein Feld mit der Bezeichnung „Biografie“, in welches das Impressum in Textform eingefügt werden könnte. Zu beachten ist aber, dass die Rubrik lediglich 150 Zeichen zulässt, die für eine ordnungsgemäße Anbieterkennzeichnung nur in Ausnahmefällen ausreichen dürften. Dies gilt umso mehr, als der Umfang der Pflichtinformationen durch die Art des Gewerbes mitbedingt wird und so variieren kann.

b) Zu erwägen wäre jedoch, eben dort anstelle des vollständigen Impressums lediglich einen entsprechenden Link vorzuhalten, der entweder als sprechende URL oder aber mit vorangehender Bezeichnung auf das Impressum der externen Anbieterseite weiterleitet. Allerdings sind die in der Biographie angeführten Website-Adressen nicht klickbar, müssten vom Nutzer also erst kopiert und

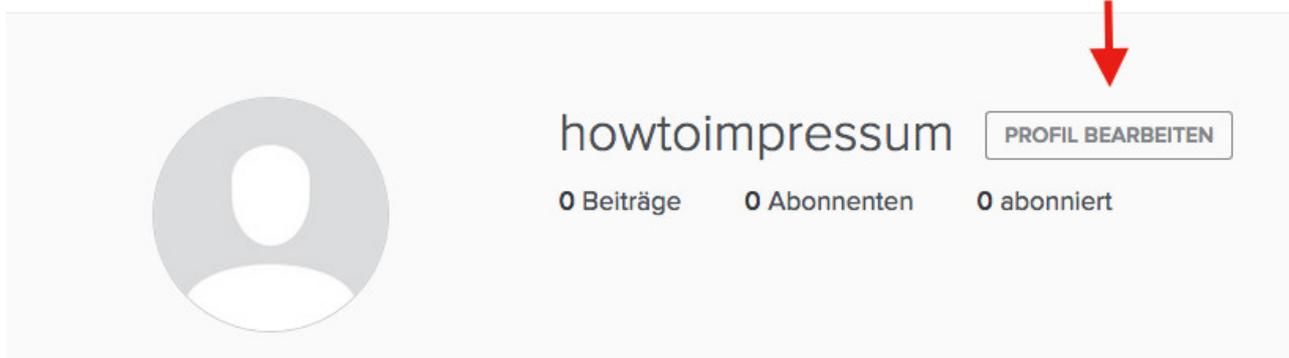
sodann in den eigenen Browser eingefügt werden. Zwar ist gerichtlich nicht entschieden, inwiefern ein Impressums-URL tatsächlich mit einer inhärenten Weiterleitungsfunktion ausgestattet sein muss. Um etwaigen Risiken vorzubeugen, sollte dennoch auf die Anführung eines Impressums-Links in der Biographie verzichtet werden.

c) Übrig bleibt schließlich die Möglichkeit, auf das Impressum in der von Instagram vorgesehenen Rubrik „Website“ zu verlinken. Hier wird die angeführte URL klickbar in unmittelbarer Nähe zum Profilbild und Accountnamen angezeigt und genügt so bei korrekter Bezeichnung unproblematisch den Anforderungen des §5 Abs. 1 TMG. Die folgende Handlungsanleitung behandelt diese Methode.

2.) Impressumslink im Website-Feld

Um das Impressum per Link rechtssicher in den Instagram-Account einzubinden, ist zunächst auf der Startseite des Profils ein Klick auf die Schaltfläche „Profil bearbeiten“ erforderlich.

Instagram



Sodann erfolgt eine Weiterleitung auf die Profilverwaltungsseite, auf der Nutzerinformationen bearbeitet werden können. Hier kann in der Spalte „Website“ nun der Link angeführt werden, der auf ein externes Impressum verweist, das der Nutzer an anderer Stelle (etwa im Online-Shop) vorhält.

Biografie

Webseite

 ←

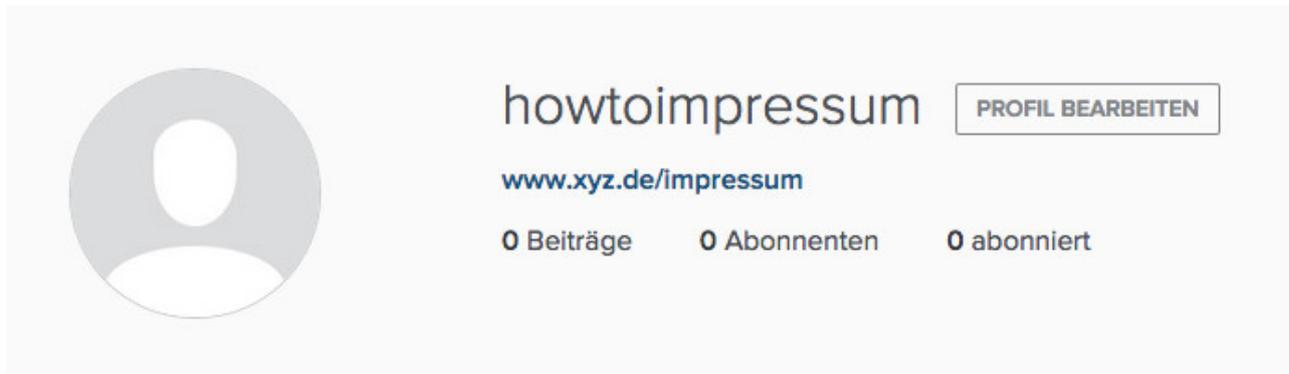
Zu beachten ist aber, dass das Impressum stets als solches erkennbar sein muss. Je nachdem, ob der Impressumslink sprechend ist oder nicht, sind insofern an dieser Stelle unterschiedliche Schritte zu befolgen.

a) Sprechender Link

Ist das externe Impressum über einen sprechenden Link abrufbar, der das Wort „Impressum“ selbst enthält, genügt für die rechtssichere Einbettung dessen bloße Anführung im „Website“-Feld. Hier ist nämlich gewährleistet, dass Seitenbesucher schon durch die bloße Linkanführung hinreichend auf die über den Link vermittelten Informationsinhalte hingewiesen werden:

Webseite

Nach einem abschließenden Klick auf den grünen „Absenden-Button“ am unteren Ende erscheint der Impressumslink sodann auf der Startseite des Profils.



Aufgrund der eindeutigen Linkbezeichnung ist das Impressum per Link nun leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig abrufbar nach §5 Abs. 1 TMG in den Account eingebunden worden.

b) Nicht sprechender Link

Gewerbliche Instagram-Nutzer, deren externes Impressum nicht über einen Link aufgerufen werden kann, der eine sprechende Bezeichnung enthält, sind auf Instagram gehalten, auf eine ergänzende Maßnahme zurückzugreifen, um die angeführte URL eindeutig (leicht erkennbar im Sinne des §5 Abs. 1 TMG) als Weiterleitung auf das Impressum auszuweisen. In derlei Fällen ist dem Link nämlich ein aufklärender Hinweis voranzustellen.

Fügen Sie dafür zunächst Ihren nicht-sprechenden Impressumslink in die „Website“-Spalte ein. Begeben Sie sich sodann in die Rubrik „Biographie“ und fügen Sie hier das Wort „Impressum“ mit einem Doppelpunkt („Impressum:“) ein. Sollten Sie in der Biographie bereits einen Text verwenden, ergänzen Sie diesen am Ende **nach einem Absatz** mit „Impressum:“ :

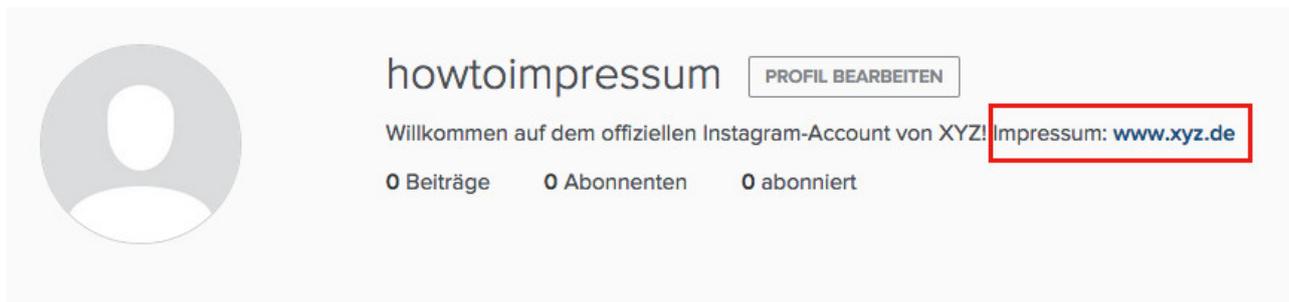
Biografie

Willkommen auf dem offiziellen Instagram-Account von XYZ!
Impressum:

Webseite

<http://www.xyz.de>

Klicken Sie sodann auf den grünen „Absenden“-Button am unteren Seitenende. Bei erneutem Aufrufen der Startseite wird der in der Biographie eingefügte Zusatz unmittelbar vor dem Impressumlink angezeigt und weist mithin deutlich dessen Funktion aus:



Diese kombinierte Darstellung aus Indikator und nicht-sprechendem Link genügt den Anforderungen des §5 Abs. 1 TMG und bindet das Impressum rechtssicher in den Instagram-Account ein.

Hinweis: da eine Weiterleitung auf das endgültige Impressum auch über einen zusätzlichen Klick zulässig ist und Gewerbetreibenden daran liegen kann, Nutzer zunächst auf den externen Shop und nicht direkt auf das Impressum weiterzuleiten, kann auch eine sprechende Umleitungs-URL eingerichtet werden, die zunächst auf die externe Startseite verlinkt und den Nutzer von dort aus zu einem erneuten Klick auf die Impressumsseite anhält.

Beispiel: „www.xyz.de/shop-und-impressum“

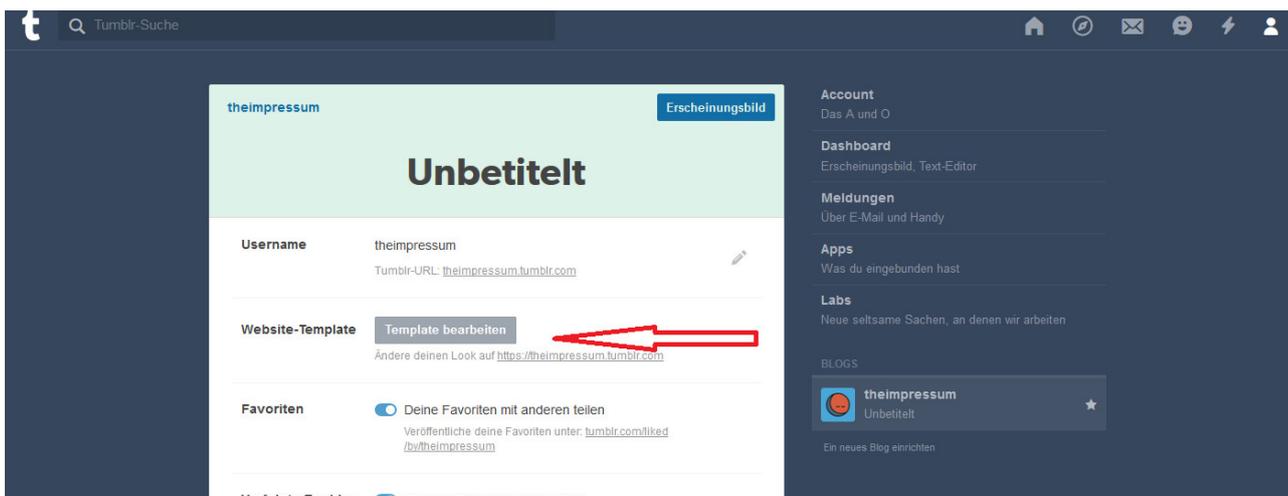
Impressum bei Tumblr

Wie bei diversen anderen sozialen Netzwerken, die ihren Sitz im außereuropäischen Ausland haben und für die eine Impressumspflicht nach dort geltendem nationalen Recht nicht besteht, ist auch auf Tumblr für gewerbliche Nutzer keine seiteneigene Rubrik zur Einbettung eines Impressums vorgesehen.

Insofern sind die Betreiber von geschäftsmäßigen Profilen zwar gehalten, auf eine alternative Darstellungsmethode zurückzugreifen, müssen aber anders als auf manch anderer Plattform nicht auf ein externes Impressum verlinken.

1.) „Template Bearbeiten“

Das Einrichten eines Impressums auf Tumblr ist erst möglich, sobald Sie sich nach der Registrierung auf der Blogging-Plattform für ein bestimmtes Seitendesign („Template“) entschieden haben. Ist eines ausgewählt und installiert, muss auf der Startseite zuerst die Schaltfläche „Template bearbeiten“ oben rechts angeklickt werden.

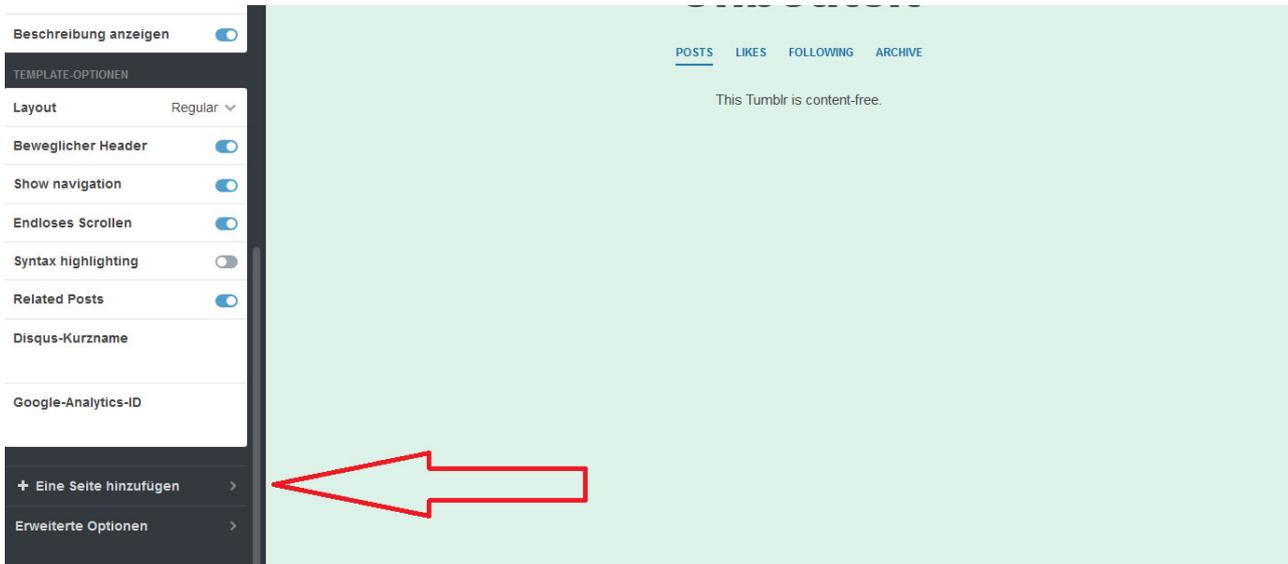


Sie werden sodann auf eine neue Seite weitergeleitet, auf der das aktuelle Profil mit dem gewählten Template vollumfänglich bearbeitet werden kann. Eine Auflistung der personalisierbaren Rubriken ergeht aus einer Sparte am linken Seitenrand.

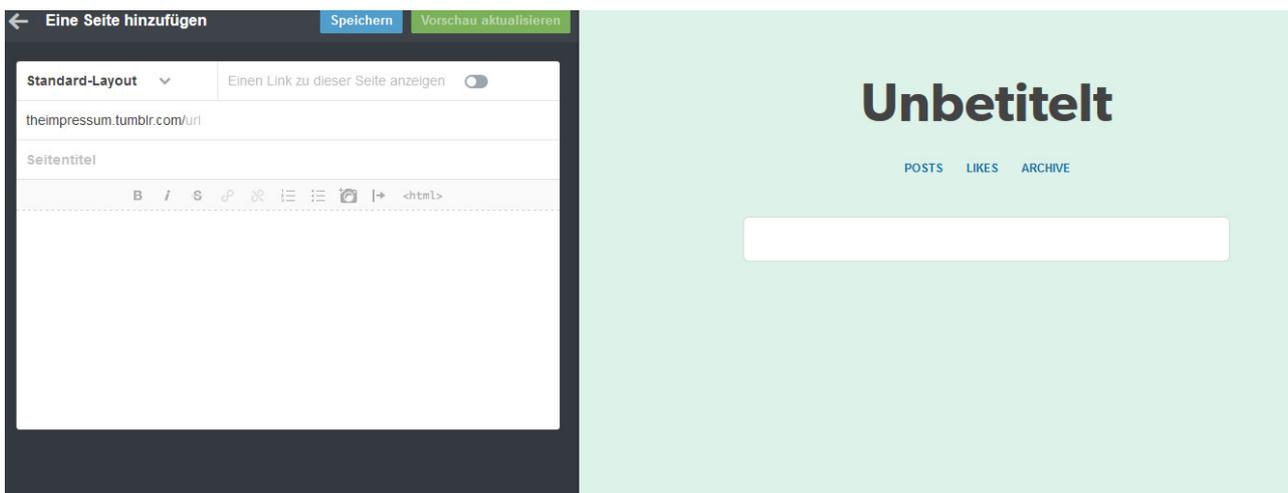
2.) Einrichten einer neuen Unterseite

Um innerhalb Ihres Tumblr-Profiles ein Impressum vorhalten zu können, ist die Einrichtung einer Unterseite erforderlich, die von der Profilseite aus aufgerufen werden kann.

Scrollen Sie dafür in der Bearbeitungssparte nach unten, bis Sie das Feld „+ eine Seite hinzufügen“ erreichen. Klicken Sie auf die hier bereitgestellte Schaltfläche.



Sie werden sodann auf eine Eingabemaske weitergeleitet, innerhalb derer Sie sowohl die Bezeichnung als auch die URL und den Inhalt der Unterseite definieren können.

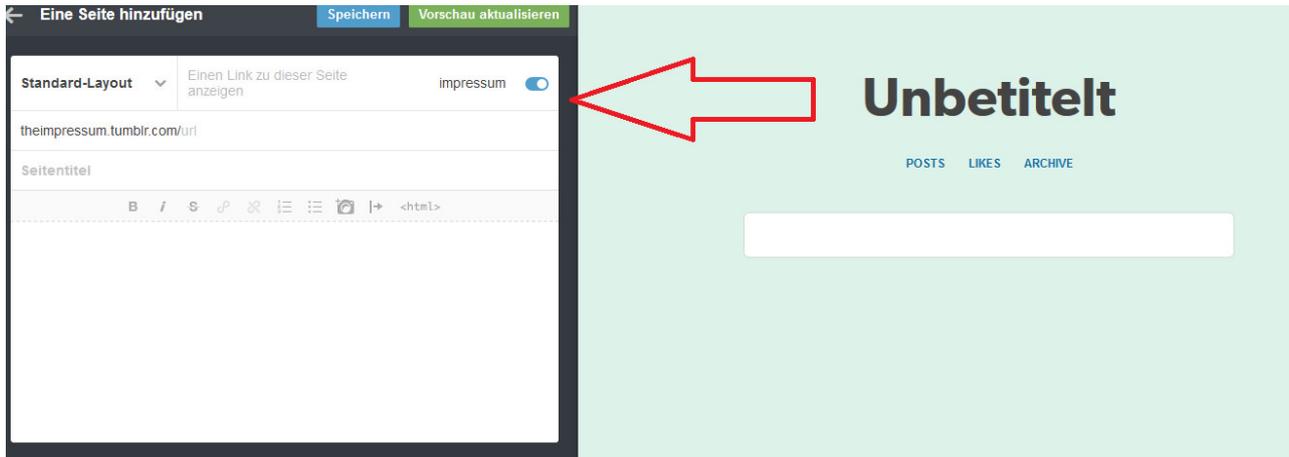


Weil das Impressum nach §5 Abs. 1 TMG leicht erkennbar sein muss, sollte in der Rubrik „Seitentitel“ zwingend die Bezeichnung „Impressum“ eingefügt werden.

Auch kann die Abruf-URL der Unterseite durch Personalisierung des Zusatzes „/url“ geändert werden, sodass auch hier der Zusatz „Impressum“ zu wählen ist.

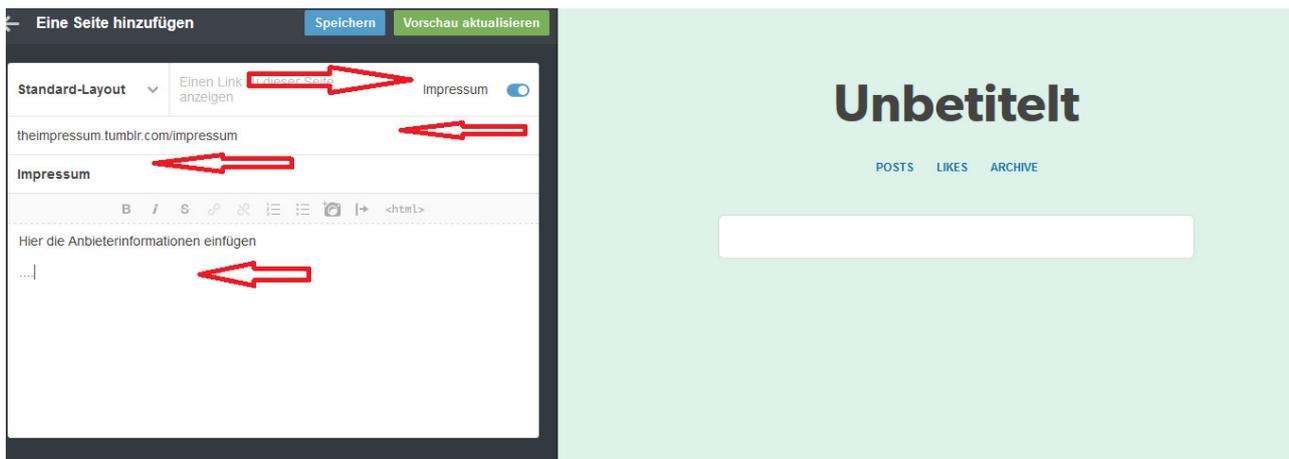
Innerhalb des großen Textfeldes in der unteren Maskenhälfte sind nun alle Informationen zur Anbieterkennzeichnung einzufügen. Eine erneute Überschrift mit dem Titel „Impressum“ kann angeführt, aber auch weggelassen werden, weil der Seitentitel unmittelbar über dem eigentlichen Impressumstext angezeigt wird.

Essentiell ist es, den Schalter oben rechts neben „Einen Link zu dieser Seite anzeigen“ umzulegen, da nur dann die Impressumsseite in ihr Tumblr-Profil eingebunden wird.



Ist als Seitentitel das Wort „Impressum“ gewählt worden, schlägt Tumblr als Link-Bezeichnung automatisch „Impressum“ vor. Dies sollte zwingend beibehalten werden.

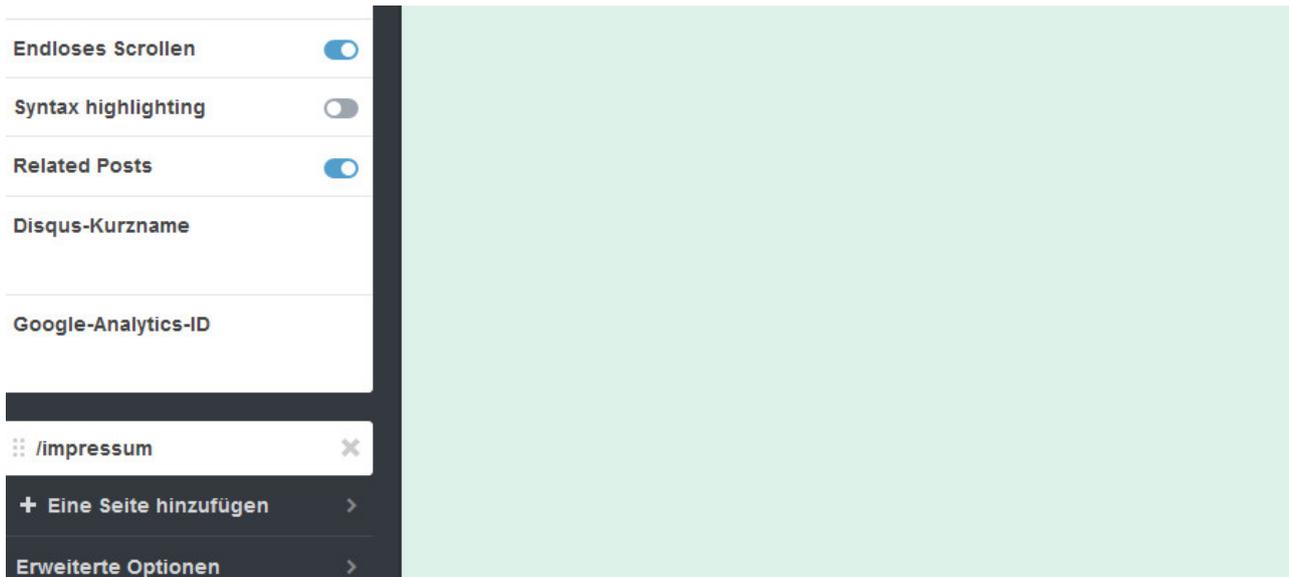
Nachdem Sie die Seite nach den obigen Maßstäben personalisiert haben, sollte ihre Eingabemaske wie folgt aussehen:



Klicken Sie anschließend oben auf den blauen „Speichern“-Button. Wenn Sie den Inhalt der Unterseite, also Ihr persönliches Impressum, einsehen wollen, können Sie dies jederzeit über den grünen „Vorschau aktualisieren“-Button tun.

3.) Rückkehr in den Bearbeitungsmodus

Nach Einrichtung und Speicherung der Impressumsunterseite kehren Sie aus der Eingabemaske über den Pfeil oben links in den Template-Bearbeitungsmodus zurück. Hier sollte nun die neue Seite in der Bearbeitungssparte unten links aufgeführt werden.

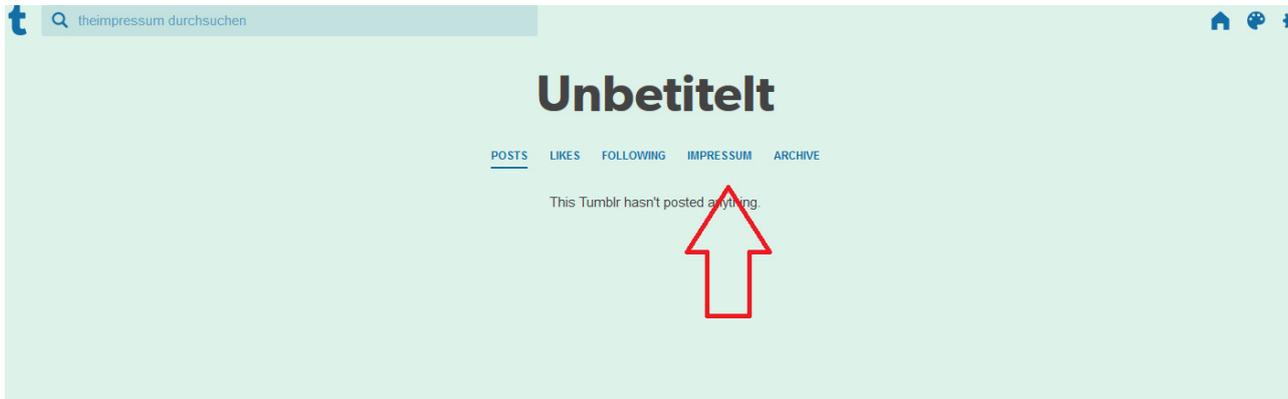


Lassen Sie sich nicht davon verwirren, dass in der Profilvorschau rechts zwar die eben eingerichtete Impressumsseite unter der Bezeichnung „Impressum“ angezeigt wird, diese aber nicht angeklickt werden kann. Dies ist erst nach Verlassen des Bearbeitungsmodus möglich.

4.) Verlassen des Bearbeitungsmodus

Sobald Sie den Änderungsmodus per Klick auf „Beenden“ am oberen linken Seitenrand verlassen, werden Sie wieder auf die Startseite ihres Profils weitergeleitet und sehen es so, wie es gegenüber jedem Besucher angezeigt wird.

Auf der rechten Seite sollte sich nun unter dem Wort „Impressum“ der Link auf Ihre Anbieterkennzeichnung befinden:



Nach einem Klick erfolgt sodann die Weiterleitung auf das rechtssicher eingebundene Impressum unter der gewählten URL:



5. Fazit

Die geschäftsmäßige Nutzung eines Tumblr-Profiles verpflichtet, gestützt auf die Spruchpraxis der Gerichte zu anderen sozialen Medien, stets zur Anführung eines Impressums nach §5 Abs. 1 TMG.

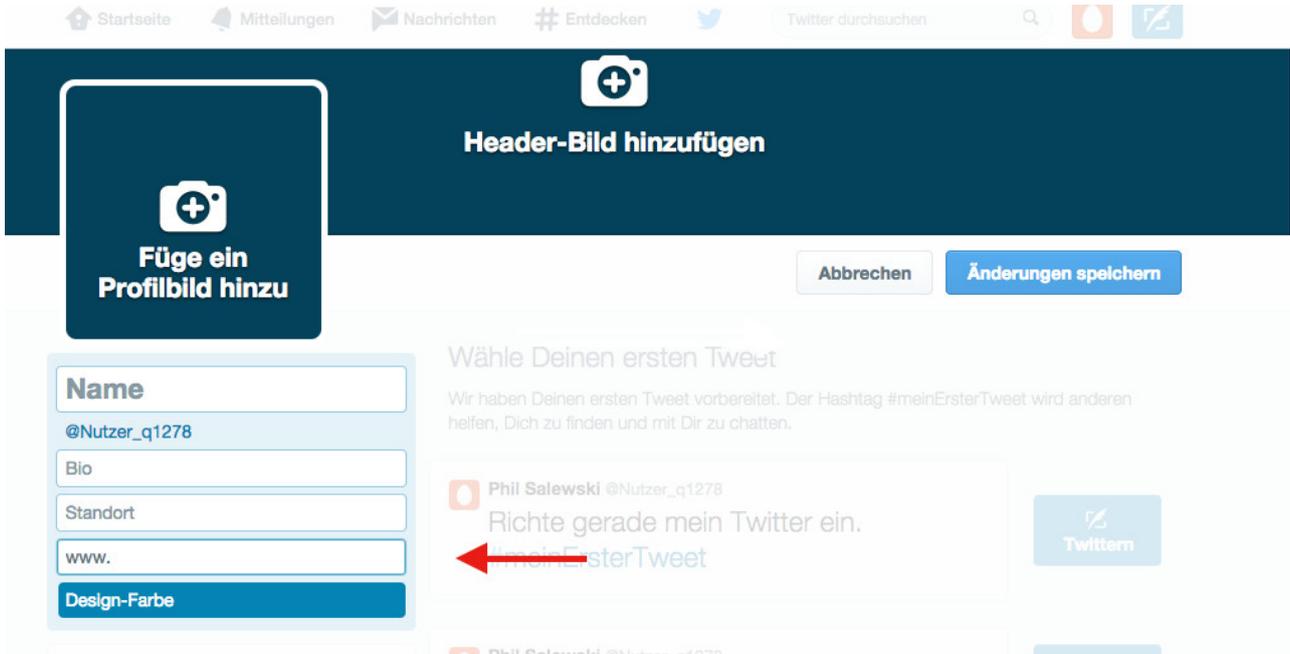
Zwar stellt Tumblr seinen gewerblichen Nutzern keine seiteneigene Rubrik für die Einbettung eines Impressums bereit. Allerdings zeigt die obige Handlungsanleitung, dass für die Einrichtung keine Verlinkung auf eine externe Anbieterkennzeichnung erforderlich ist, sondern das Impressum über eine Unterseite direkt in die jeweilige Tumblr-Präsenz eingebunden werden kann.

Impressum bei Twitter

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 Profilinformatonen eine **Website-URL** einzugeben, die sodann auf der Startseite angezeigt wird.

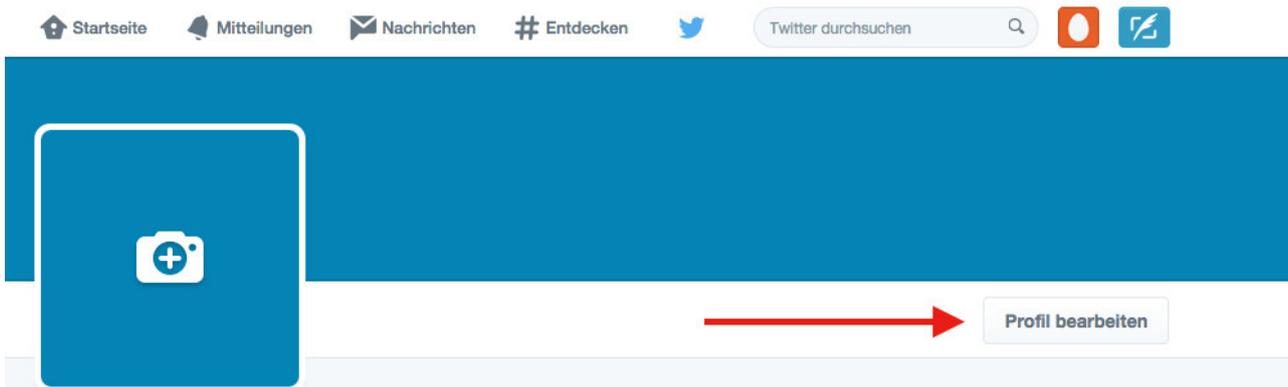


Auf den ersten Blick erscheint dies optimal, um mit Hilfe einer Verlinkung auf ein an anderem Ort (zum Beispiel auf der gewerblichen Seite) angeführtes Impressum zu verweisen. **Zu beachten ist allerdings**, dass das Impressum unmittelbar **als solches erkennbar** sein muss. Twitter gestattet es nicht, 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.

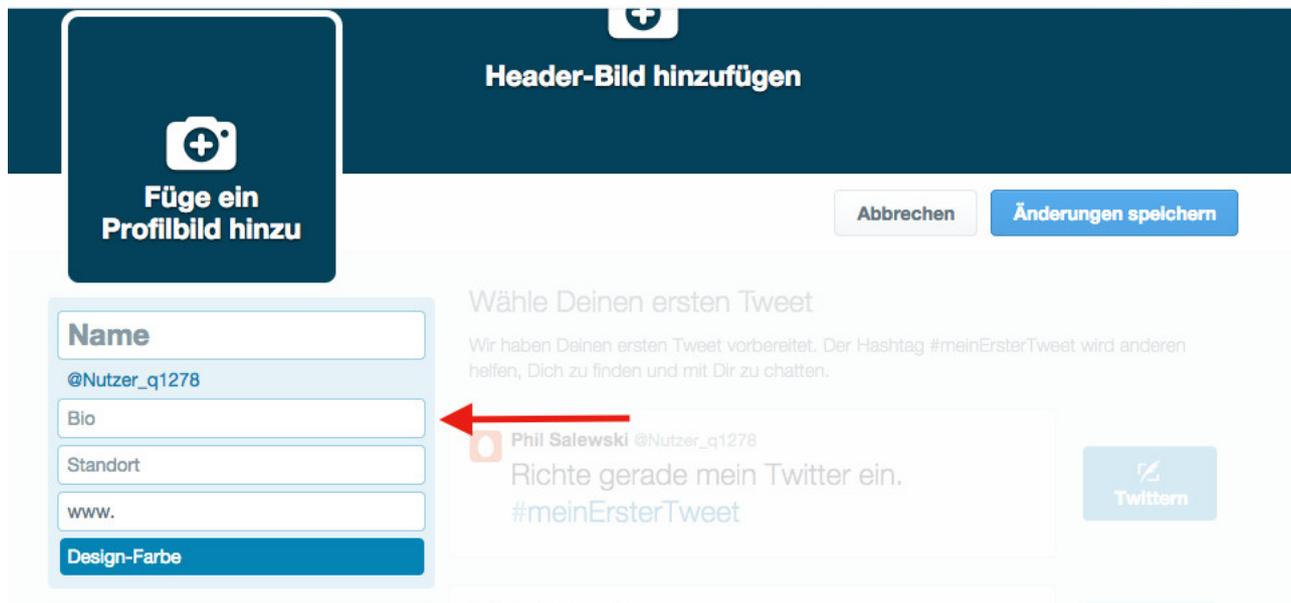
2.) Einbettung der Verlinkung in den Profil-Info-Text

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.



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



Header-Bild hinzufügen

Füge ein Profilbild hinzu

Abbrechen Änderungen speichern

Name
@Nutzer_q1278

Bio
Phil Salewski @Nutzer_q1278

Standort

www.

Design-Farbe

Wähle Deinen ersten Tweet

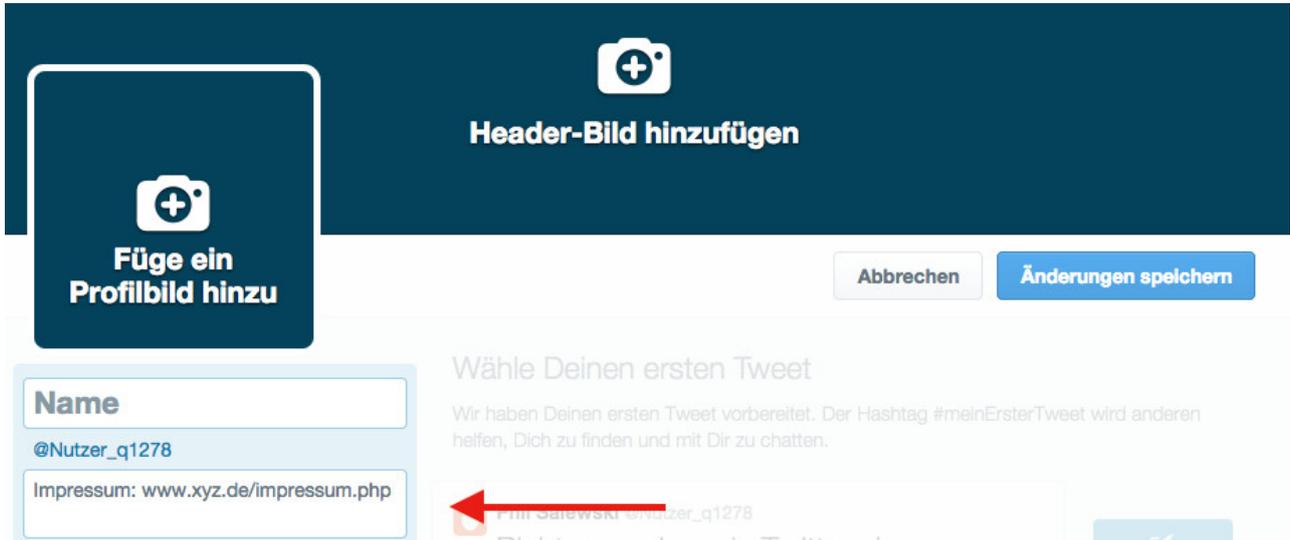
Wir haben Deinen ersten Tweet vorbereitet. Der Hashtag #meinErsterTweet wird anderen helfen, Dich zu finden und mit Dir zu chatten.

Richte gerade mein Twitter ein.
#meinErsterTweet

Twittern

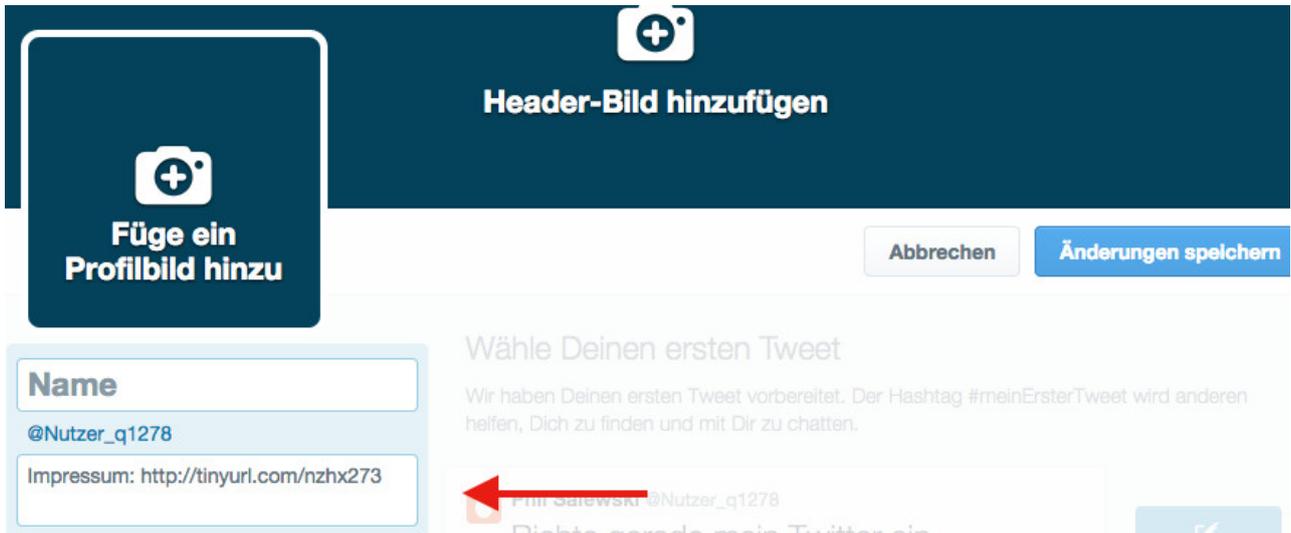
Hier ist es im Gegensatz zum URL-Feld nun möglich, eine Website anzuführen und diese mit einer **vorangehenden Bezeichnung** auszuweisen. Weil hier ein Link mit dem Wort „Impressum“ betitelt werden kann, kommt es auf die Anführung des Wortes in der konkreten Impressums-URL nicht mehr an. Insofern nämlich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



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 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.



The screenshot shows the Twitter profile editing interface. At the top, there is a dark blue header with a white plus icon and the text "Header-Bild hinzufügen". Below this is a dark blue box with a white camera icon and a plus sign, containing the text "Füge ein Profilbild hinzu". To the right of this box are two buttons: "Abbrechen" and "Änderungen speichern". Below the header, there is a form with a "Name" field containing "@Nutzer_q1278" and an "Impressum" field containing "http://tinyurl.com/nzhx273". To the right of the form is a section titled "Wähle Deinen ersten Tweet" with a subtext: "Wir haben Deinen ersten Tweet vorbereitet. Der Hashtag #meinErsterTweet wird anderen helfen, Dich zu finden und mit Dir zu chatten." Below this is a preview of a tweet with a red arrow pointing to the user handle "@Nutzer_q1278".

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.



The screenshot shows the Twitter profile editing interface after the changes have been saved. The profile picture area now has a blue background with a white camera icon and a plus sign, and a button labeled "Avatar hinzufügen". Below this is a button labeled "Profil bearbeiten". The profile information now shows "Test" as the name, "@Nutzer_q1278" as the handle, and "Impressum: tinyurl.com/nzhx273" as the link. The "Wähle Deinen ersten Tweet" section is still present, with a red arrow pointing to the user handle "@Nutzer_q1278" in the tweet preview.

Impressum bei Youtube

Fehlende oder unzureichende Angaben über anbieterspezifische Kontaktinformationen sind ein beliebtes Abmahnziel, weil die sie voraussetzende Impressumspflicht im digitalen Bereich weite Ausmaße annimmt. Neben geschäftsmäßigen Internetseiten und gewerblichen Präsenzen auf Verkaufsplattformen setzen nach der Rechtsprechung auch Auftritte in Social Media immer dann ein Impressum voraus, wenn die Profile nicht nur rein privaten Zwecken dienen. Gerade dort stellt sich die rechtskonforme Einbindung der Informationen aber häufig als Problem dar. In dieser Anleitung zeigt die IT-Recht Kanzlei, wie Sie ein rechtssicheres Youtube-Impressum erstellen können.

Hinweis: Vermehrt bemühen sich Online-Händler um eine mediale Anreicherung ihrer Präsenzen. Hoch im Kurs stehen hier Youtube-Videos, die im Wege der Framing-Technologie durch einfaches Kopieren und Einfügen des Video-Links in die eigene Website eingebettet werden können. Während urheberrechtliche Vorbehalte gegen dieses Verfahren durch die Rechtsprechung weitgehend ausgeräumt wurden, sind es nun aber datenschutzrechtliche Aspekte, die die Rechtssicherheit des Framings in Zweifel ziehen. Youtube selbst gestaltet Art und Umfang von Datenerhebungen nämlich so intransparent, dass Händlern eine ordnungsgemäße Datenschutzerklärung meist verwehrt bleibt. Weitere Informationen, eine Abhilfemöglichkeit und ein hilfreiches Muster präsentiert die IT-Recht Kanzlei im [folgenden Beitrag](#).

1. Inhalt und Umfang der Impressumspflicht nach §5 TMG

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

Nach dieser Vorschrift haben Diensteanbieter für geschäftsmäßig angebotene Telemedien bestimmte, der Identifikation dienende Informationen **leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig abrufbar verfügbar** zu halten.

Anzuführen sind nach den gesetzlichen Vorgaben 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 auf die Bereitsteller von Online-Diensten beschränkt, 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 Websites gleichstellte. Mittlerweile haben zahlreiche, auch höherinstanzliche Gerichte diesen Kurs anerkannt (s. nur OLG Düsseldorf, Beschluss v. 13.8.2013 - Az. I-20 U 75/13).

Neben Facebook, Twitter und Co. setzen somit auch geschäftsmäßig betriebene Youtube-Kanäle die Anführung eines Impressums voraus.

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.

2. Der Ort des Impressums in Social-Media-Accounts

Grundsätzlich muss das Impressum gemäß §5 Abs.1 TMG 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 stellte.

Oft bestand nicht genügend Raum für die vollständige Angabe der Pflichtinformationen und auch der gewählte Ort für deren Darstellung barg stets ein Abmahnrisiko.

Zwar ist nicht zwingend die Verwendung des Begriffs „Impressum“ notwendig, sodass auch andere verkehrübliche 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.

Die Verlinkung auf ein externes Impressum innerhalb eines Social-Media-Accounts ist aus Gründen der Platzknappheit aber zulässig, sofern unmittelbar ersichtlich wird, dass der angeführte Link tatsächlich auf das Impressum verweist.

Umzusetzen ist dies entweder durch einen sogenannten sprechenden Impressumslink, bei welchem das Wort „Impressum“ unmittelbar aus der URL hervorgeht („www.xyz.de/impressum“), oder aber durch ein Voranstellen des Wortes „Impressum:“ als Indikator für einen nicht sprechenden Link („Impressum: www.xyz.de“).

3. Das Erstellen eines Impressums auf Youtube

Obige Ergebnisse zugrunde gelegt, soll nun anhand einer graphischen Anleitung aufgezeigt werden, wie ein Impressum für geschäftsmäßige personalisierte Youtube-Kanäle **leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig abrufbar** gestaltet werden kann.

Weil die Anführung von eigenen Texten nur in der Rubrik „Kanalinfo“ möglich ist, dort aber nach der Rechtsprechung mangels leichter Erkennbarkeit ein Impressum nicht angeführt werden darf (s.o.), muss im Youtube-Kanal auf ein externes Impressum **verlinkt** werden.

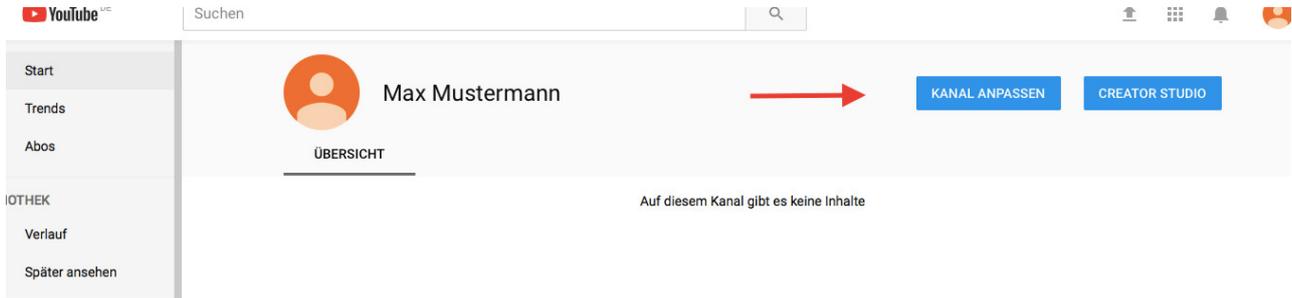
Dieser Link ist dann unmittelbar auf dem Kanalbanner unten rechts einsehbar und **klickbar**. Nach einer Designanpassung von Youtube setzt die Möglichkeit zur Einbindung von Links neuerdings zunächst die Freischaltung eines erweiterten Bearbeitungsmodus voraus.

a.) Aktivierung der Kanal-Layout-Bearbeitung

aa) Öffnen Sie die Übersicht Ihres Youtube-Kanals durch Auswählen des Reiters „Mein Kanal“ nach einmaligem Klick auf die kleine graue Tabelle am oberen linken Seitenrand

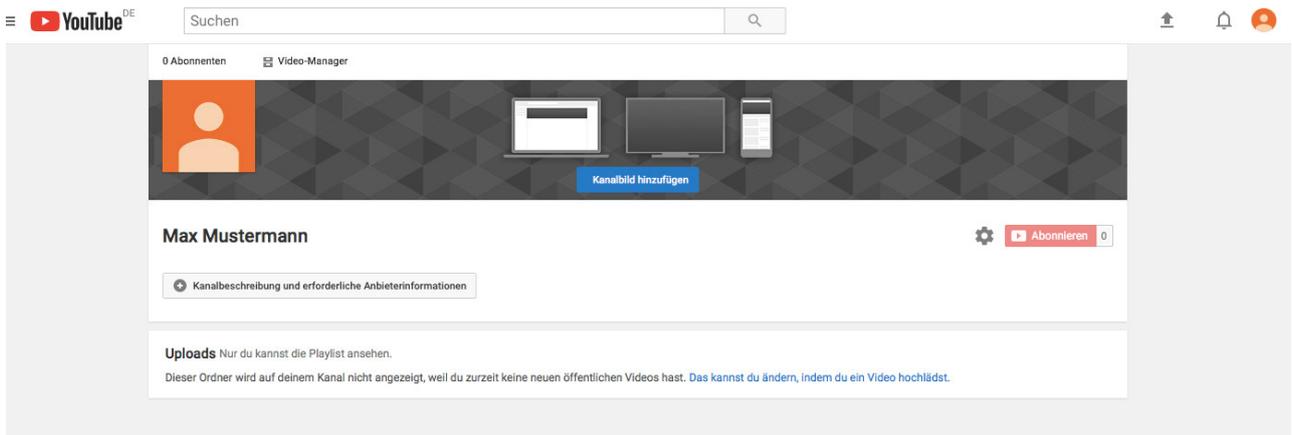


bb) Nach der neuen Struktur auf Youtube, welche mit Layout-Änderungen eine einfachere Kanalverwaltung ermöglichen sollte, sind die Bearbeitungsoptionen für Kanäle den Voreinstellungen nach beschränkt. Auf der erreichbaren Übersichtsseite lassen sich insofern standardgemäß nur die Kanalinformationen, das Kanalbild und das Kanalsymbol anpassen.



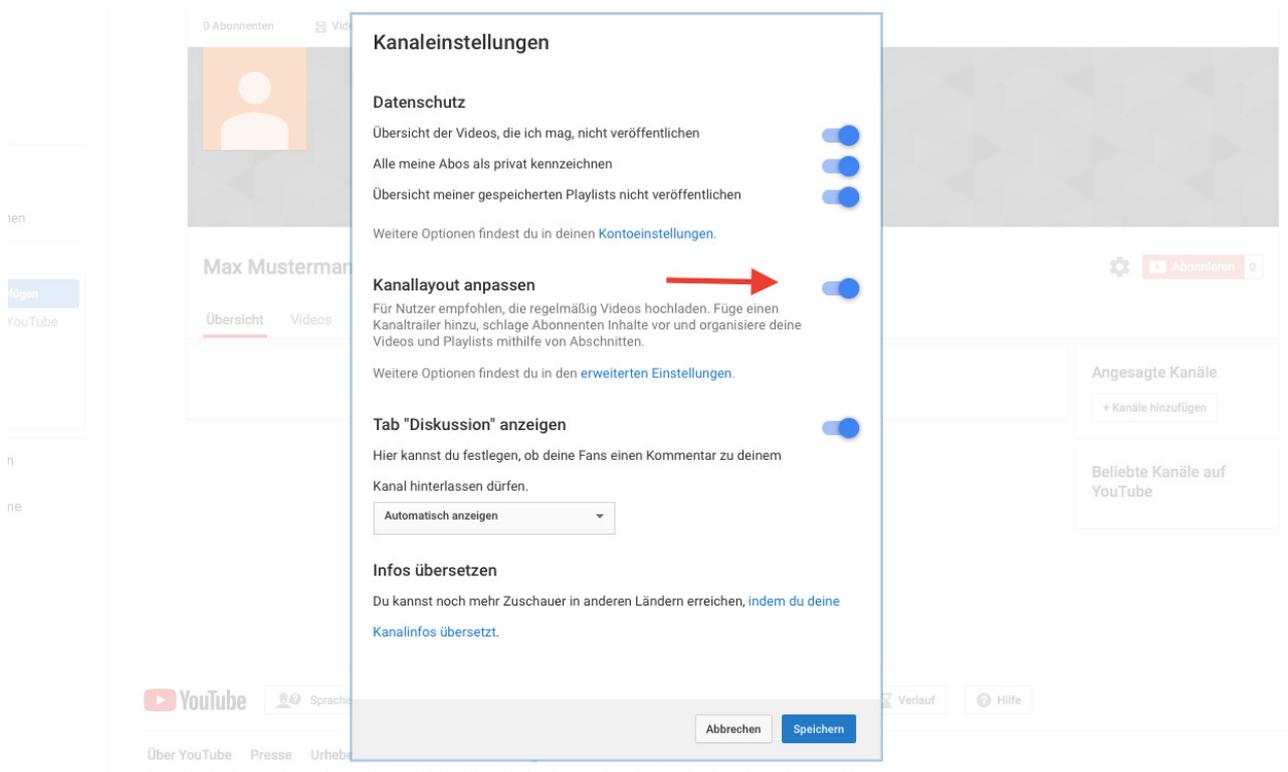
Um weitere Personalisierungen und vor allem die für die Impressumsdarstellung notwendige Einbindung von Links vorzunehmen zu können, muss zunächst die Funktion „Kanal-Layout anpassen“ aktiviert werden. Nach der Freischaltung wechselt die Kanalansicht in den klassischen Modus und stellt weitreichende Bearbeitungsfunktionen bereit.

Zur Aktivierung ist ein **Klick auf das graue Zahnrad am mittleren rechten Rand der vereinfachten Kanalübersicht** erforderlich. Es öffnet sich ein Fenster, in welchem Sie per Mausclick den Schalter neben dem Reiter „Kanal-Layout anpassen“ von grau zu blau umlegen müssen.



Eine abschließende Betätigung der blauen „Speichern“-Schaltfläche ändert sodann die Bearbeitungsansicht.

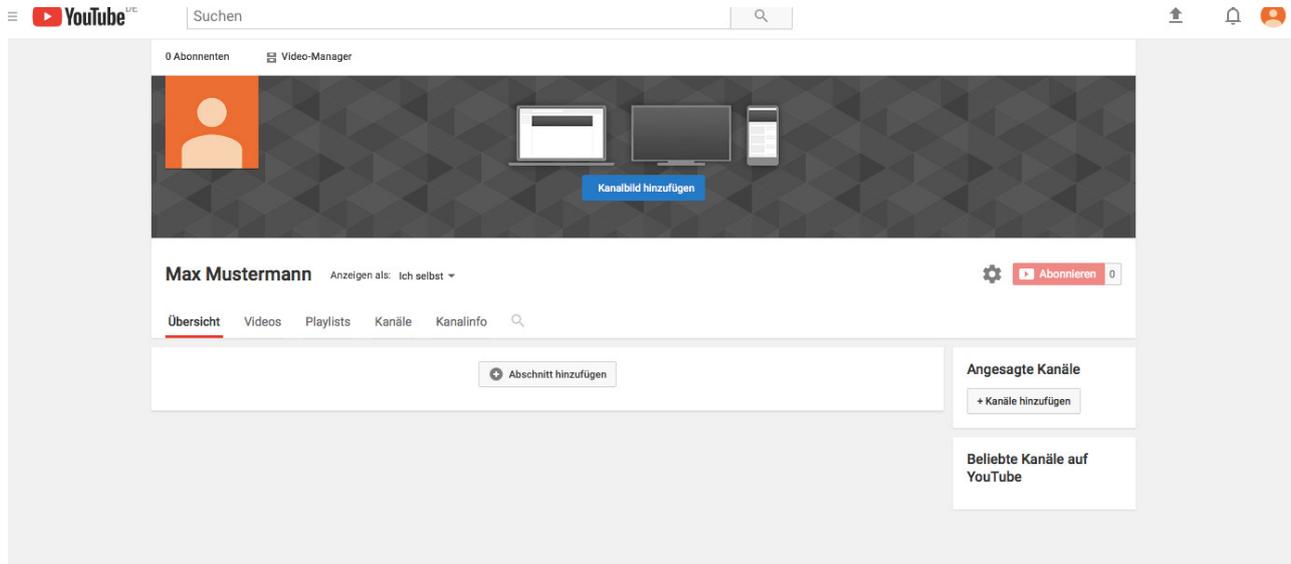
c) Stellen Sie nach Umsetzung der oben beschriebenen Schritte sicher, dass Ihre Kanalübersicht nunmehr zur folgenden Ansicht gewechselt ist.



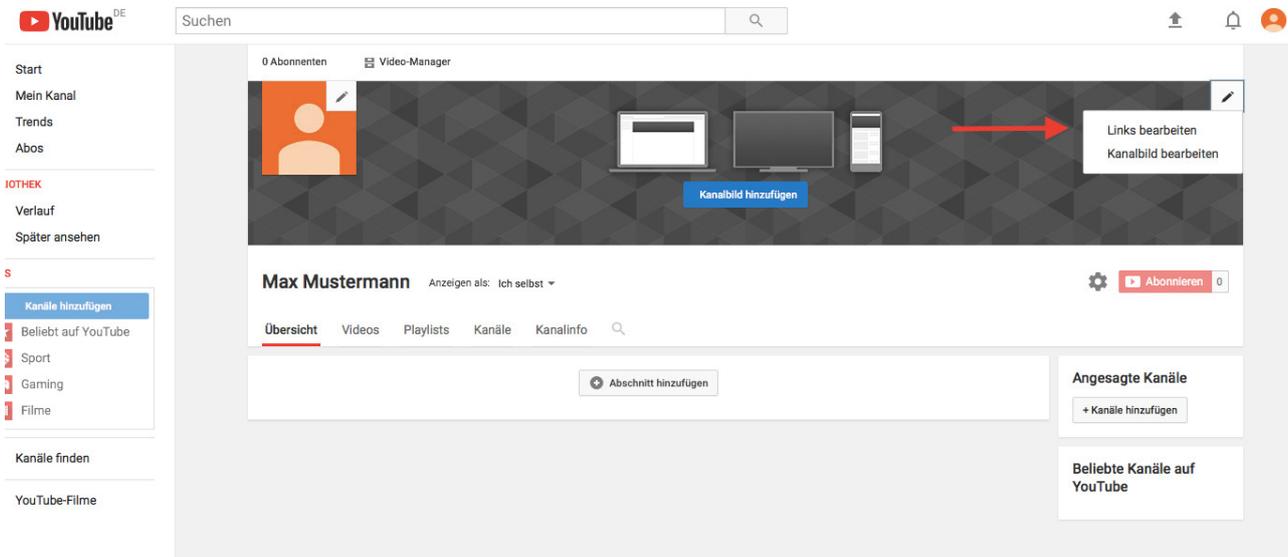
b.) Einbindung des Impressumslinks im Kanalbanner

aa) Nach der Freischaltung erweiterter Personalisierungsmöglichkeiten können sodann Links in das Kanalbanner eingebettet werden.

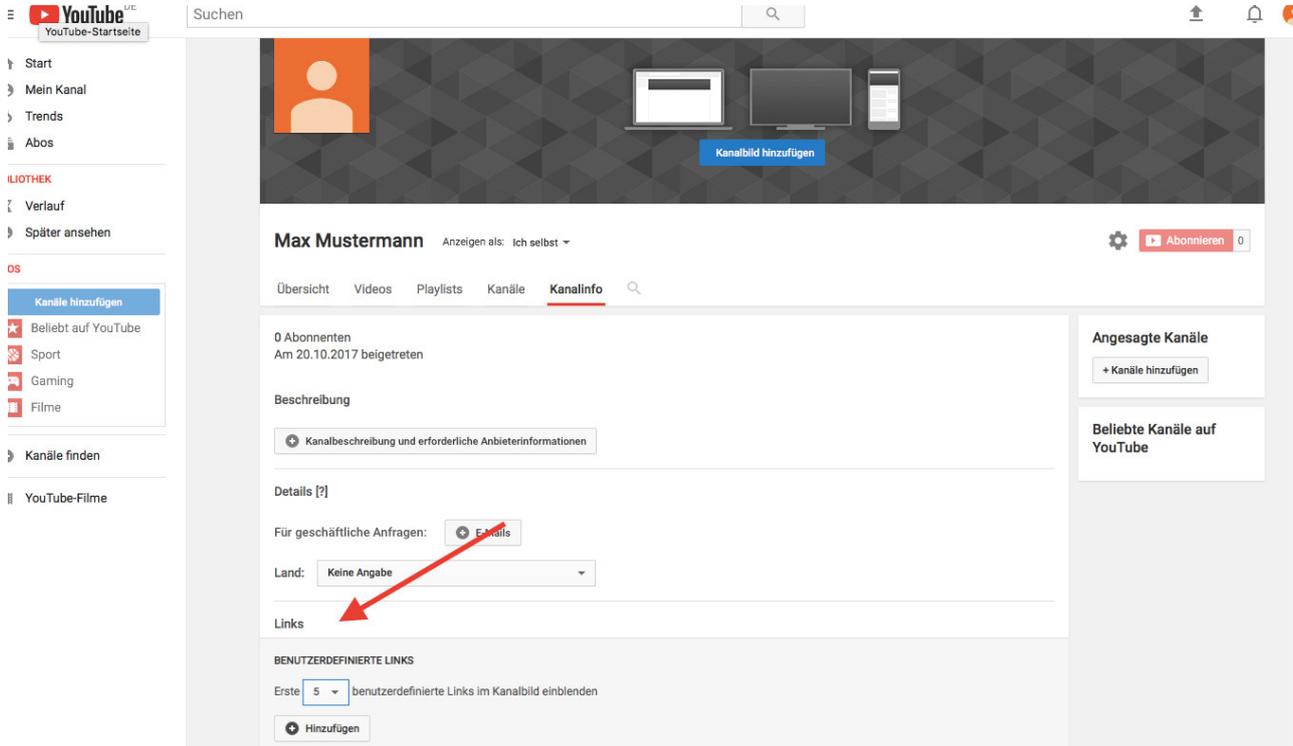
Zunächst ist dafür an der oberen rechten Ecke des Profilbanners des Kanals der Stift als Symbol der Bearbeitung anzuklicken. Dies öffnet ein Fenster, das 2 Änderungsoptionen vorsieht. Wählen Sie „Links bearbeiten“ aus.



bb) Sie werden zu den Einstellungen ihres Kanals weitergeleitet, die Ihnen die Möglichkeit bieten, benutzerdefinierte Links unter eigenen Bezeichnungen hinzuzufügen. Scrollen Sie an den Reitern „Beschreibung“ und „Details“ vorbei und wählen Sie die Rubrik „Benutzerdefinierte Links“ aus. Klicken Sie sodann auf „Hinzufügen“.



cc) Es öffnet sich ein neues Eingabefeld, in welchem Sie ihrem Link einen Titel geben und die entsprechende URL eintragen können. Unabhängig davon, ob Ihr Impressumslink bereits das Wort „Impressum“ ausweist, empfiehlt es sich, von der Möglichkeit der Linkbezeichnung Gebrauch zu machen. Geben Sie dem Link den Namen „Impressum“.



The screenshot shows the YouTube channel page for 'Max Mustermann'. The 'Kanalinfo' tab is active. In the 'Links' section, there is a dropdown menu labeled 'Erste' with the number '5' selected, followed by the text 'benutzerdefinierte Links im Kanalbild einblenden'. Below this is a 'Hinzufügen' button. A red arrow points to the 'Links' section.

Achtung: Verfügen Sie über mehrere Links, stellen Sie sicher, dass Sie die Zahl der dort anzuzeigenden Links bei „Erste [Zahl] benutzerdefinierte Links im Kanalbild einblenden“ so anpassen, dass auch das Impressum eingeblendet wird.

dd) Klicken Sie anschließend auf „Fertig“ und kehren Sie zur Kanalübersicht zurück. Dort müsste an der unteren rechten Ecke des Kanalbanners das Wort „Impressum“ mit internem Hyperlink angezeigt werden.

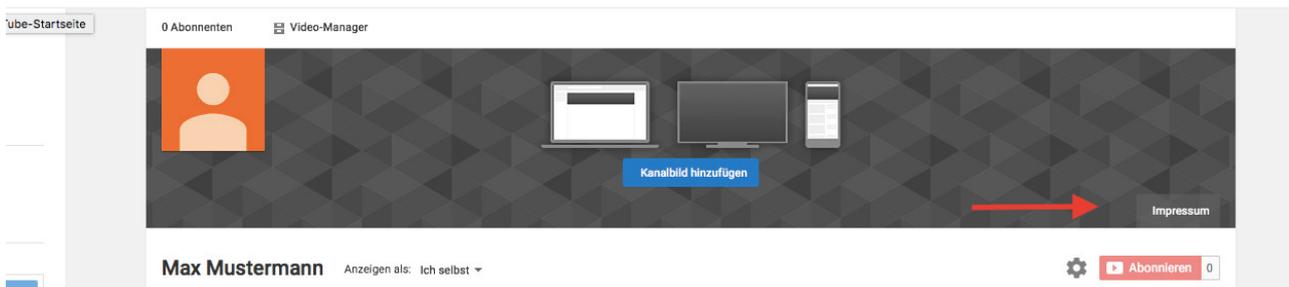
Land:

Links

BENUTZERDEFINIERTER LINKS

Erste benutzerdefinierte Links im Kanalbild einblenden

ee) Lassen Sie sich nicht davon verunsichern, dass der Link für Sie nicht klickbar ist. Solange Sie mit Ihrem Account in Ihrem Kanal eingeloggt sind, befinden Sie sich im personalisierten Benutzermodus, über den Links auf dem Banner nicht angeklickt werden können. Wenn Sie nach einem Klick auf die Schaltfläche „Anzeigen als: ...“ die Option „neuer Besucher“ wählen, wird Ihnen Ihr Kanal so angezeigt wie er normalerweise auf Youtube erscheint. Hier ist der Abruf des Impressums nun möglich.



Autor:

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

Rechtsanwalt