

von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

Anleitung: Impressum auf Facebook richtig einbinden (Update)

Die Pflicht, nach §5 Abs. 1 TMG bei der geschäftsmäßigen Nutzung von Telemedien ein Impressum vorzuhalten, hat die Rechtsprechung in den letzten Jahren kontinuierlich auf gewerbliche Social-Media-Profile ausgedehnt. Gerade auf Facebook stellte die neuartige Impressumspflicht die Accountinhaber zu Beginn noch vor erhebliche Darstellungsprobleme. Allerdings haben die Betreiber inzwischen reagiert. Wie Sie mit wenigen Schritten ein Facebook-Impressum rechtssicher einbinden können, lesen Sie im folgenden Beitrag.

I. Die Impressumspflicht in sozialen Medien

Bisher hat die Rechtsprechung eine Impressumspflicht für Profile in diversen sozialen Medien anerkannt (für Facebook zuletzt das OLG Düsseldorf, Beschluss v. 13.8.2013 - Az. I-20 U 75/13; für Google+ das LG Berlin, Beschluss vom 28.03.2013 - Az. 16 O 154/13) und somit gewerbliche Nutzer mit teils erheblichen Darstellungsproblemen konfrontiert. Nicht selten nämlich halten die meist im Ausland betriebenen Plattformen keine eigenständige Möglichkeit bereit, an geeigneter Stelle die Informationen zur Anbieterkennzeichnung anzuführen. Versuche die Betroffenen aber, auf alternative Darstellungsmethoden auszuweichen, werden sie hierbei nicht selten durch einen eng begrenzten Gestaltungsspielraum bei der Individualisierung von Profilen behindert.

So wirkt es augenscheinlich diffizil, den Darstellungserfordernissen des §5 Abs. 1 TMG zu genügen, nach welchem das Impressum leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar bereitzuhalten ist.

Die Kriterien der leichten Erkennbarkeit und unmittelbaren Erreichbarkeit sollen den informationssuchenden Nutzer davor bewahren, durch intransparente Seitenstrukturen und fehlleitende Bezeichnungen sowie über verwirrende Umleitungen von der Abrufbarkeit des jeweiligen Impressums abgehalten zu werden.

Zwar sollte auch in sozialen Medien ein Impressum der leichten Erkennbarkeit wegen stets wörtlich als solches ausgewiesen werden. Anerkannt ist aufgrund der dort vorherrschenden Platzknappheit und Gestaltungsbeschränkung aber, dass der unmittelbaren Erreichbarkeit auch dann noch genügt wird, wenn ein externes Impressum an geeigneter Stelle lediglich deutlich verlinkt wird. Dies kann einerseits durch einen sprechenden Link geschehen, bei dem die URL das Wort Impressum (Beispiel: "www.xy.de/impressum") enthält, in anderen Fällen durch einen aufklärenden Zusatz vor dem Link

erfolgen (Beispiel: "Impressum: www.xyz.de"). Nach maximal 2 weiterleitenden Klicks muss die Anbieterkennzeichnung aber aufgerufen werden können.

Wer entgegen seiner gesetzlichen Verpflichtung ein Impressum vorsätzlich oder fahrlässig nicht, nicht ordnungsgemäß i.S.v. §5 Abs. 1 TMG (also nicht leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar) oder nicht vollständig bereithält, begeht eine Ordnungswidrigkeit nach §16 Abs. 2 Nr. 1 TMG, die mit Bußgeld geahndet werden kann, und läuft zudem Gefahr, wettbewerbsrechtlich über § 4 Nr. 11 UWG belangt zu werden.

II. Anleitung: Impressum auf Facebook

1.) Früher: Erhebliche Rechtsunsicherheit und notgedrungene Kreativität

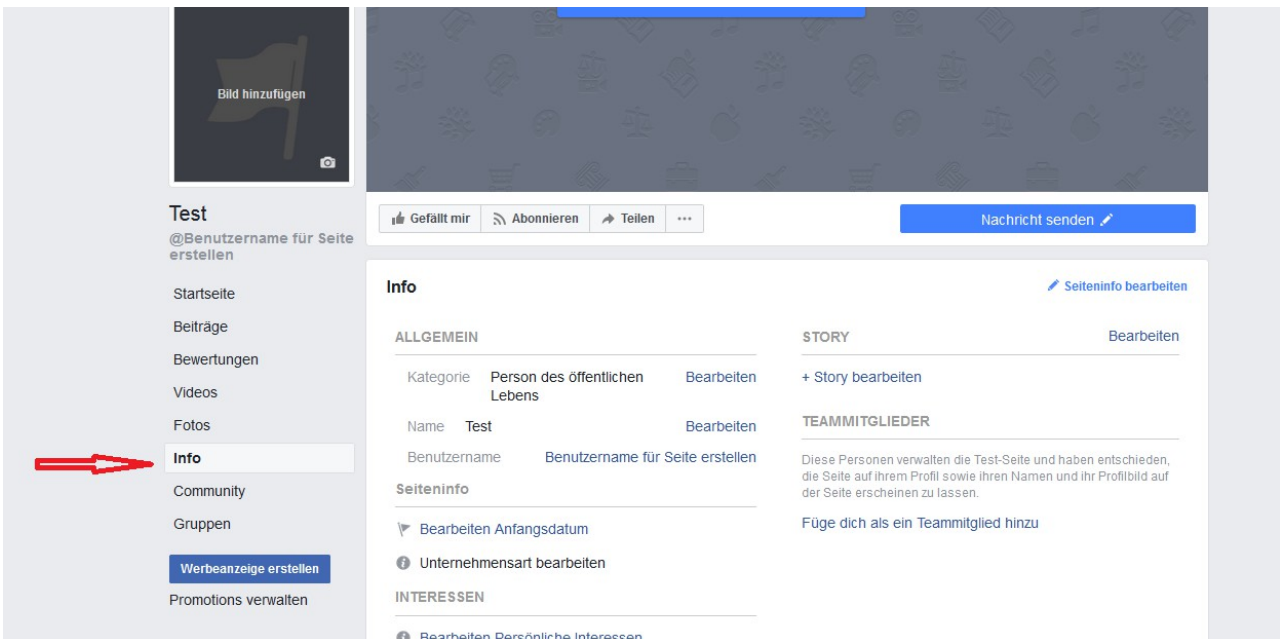
Begründet durch das LG Aschaffenburg (Urteil v. 19.08.2011 - Az. 2 HK O 54/11) im Jahre 2011 und sodann mehrfach - auch letztinstanzlich - bestätigt, sorgte die Impressumspflicht auf Facebook lange Zeit für Furore. Weil es an einer plattforminternen Möglichkeit zur Einbindung fehlte, sahen sich gewerbliche 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.

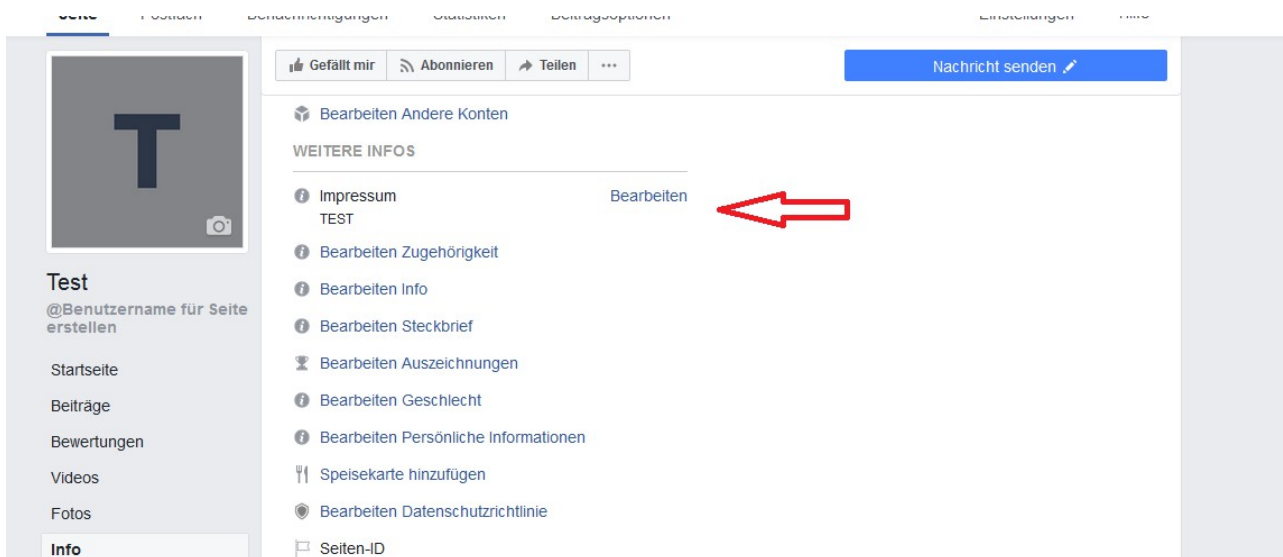
a) Impressum auf Facebook-Seiten

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.



The screenshot shows a Facebook page for a test profile. The left sidebar contains a menu with the following items: Startseite, Beiträge, Bewertungen, Videos, Fotos, **Info** (highlighted with a red arrow), Community, Gruppen, Werbeanzeige erstellen, and Promotions verwalten. The main content area is titled 'Info' and is divided into sections: ALLGEMEIN, STORY, SEITENINFO, and INTERESSEN. The ALLGEMEIN section includes fields for 'Kategorie' (Person des öffentlichen Lebens), 'Name' (Test), and 'Benutzername' (Benutzername für Seite erstellen), each with a 'Bearbeiten' button. The SEITENINFO section includes 'Bearbeiten Anfangsdatum' and 'Unternehmensart bearbeiten'. The INTERESSEN section includes 'Bearbeiten Persönliche Interessen'. The STORY section includes '+ Story bearbeiten' and 'TEAMMITGLIEDER' with a description and a 'Füge dich als ein Teammitglied hinzu' button. A blue 'Seiteninfo bearbeiten' button is visible in the top right of the Info section.

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



An erster Stelle unter der Rubrik "weitere Infos" hält Facebook innerhalb dieser Informationssparte nun ein personalisierbares Feld mit dem Titel "Impressum" bereit, in das alle gesetzlichen Pflichtinformationen zur Anbieterkennzeichnung eingetragen werden können.

Unternehmensart bearbeiten

THE K...

I-Adres...

eite ein...

ten An...

INFOS

um

SUM TE...

ten Inf...

arte hinzufügen

Bearbeite deine Details

Impressum

Dieses Feld ist optional. In einigen Ländern wie Österreich, Deutschland und der Schweiz, können Unternehmen gesetzlich dazu verpflichtet sein, Angaben zur Inhaberschaft auf ihrer Webseite zu machen. Das Limit beträgt 2.000 Zeichen.

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



The screenshot shows a Facebook profile page for a user named 'Test'. On the left is a navigation menu with options: 'Startseite', 'Beiträge', 'Bewertungen', 'Videos', 'Fotos', and 'Info'. The main content area on the right includes: '+ E-Mail-Adresse eingeben', '+ Webseite eingeben', 'Bearbeiten Andere Konten', a section titled 'WEITERE INFOS', and three items: 'Impressum' with a link to 'http://www.test.de/impressum', 'Bearbeiten Info', and 'Speisekarte hinzufügen'.

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".

III. Facebook-Impressum in privaten Nutzeraccounts?

Die obige Handlungsanleitung fasst nur die korrekte Einbindung eines Impressums auf sogenannten "Seiten" innerhalb Facebooks. Insofern bleibt darzustellen, ob und in welchem Umfang rein private Profile eine Impressumspflicht auslösen können und wie diese umzusetzen ist.

1.) Facebook-Auftritt mittels "persönlichem Profil" oder "Seite" möglich

Die Plattform Facebook differenziert in ihrem Angebot der Profilnutzung und -erstellung zwischen zwei verschiedenen Auftrittformen, die der Nutzer je nach intendierter Ausrichtung wählen kann.

Während die herkömmlichen "Profile" nach Maßgabe der Facebook-Bestimmungen als persönliche Präsenzen nur für rein private Zwecke bestimmt sein und mithin der Repräsentation von Einzelpersonen dienen sollen, umfassen die ebenfalls verfügbaren "Seiten" gewerbliche Auftritte und sind speziell auf unternehmerische Belange ausgerichtet.

Zu beachten ist in diesem Zusammenhang, dass die plattformeigene Impressumsrubrik nur für die Kategorie der "Seiten" zur Verfügung steht, auf "persönlichen Profilen" aber fehlt.

2.) "Geschäftsmäßigkeit" nach §5 TMG auch auf Privatprofilen möglich

Viele Nutzer ziehen aus der mangelnden Verfügbarkeit einer Impressumsrubrik auf Privatprofilen den Schluss, dass nur bei Verwendung einer von Facebook zur Verfügung gestellten "Seiten"-Option ein hinreichender Geschäftsbezug vorliegen kann, der die Pflicht zur Anführung einer Anbieterkennzeichnung auszulösen vermag. Dies kann jedoch zu einer Fehlinterpretation der Voraussetzungen des §5 Abs. 1 TMG führen.

a) Weiter Begriff der "geschäftsmäßigen" Tätigkeit

Insofern knüpft die Impressumspflicht nach §5 Abs. 1 TMG gerade nicht an ein rein "gewerbliches" Handeln an, sondern legt die Pflichtangaben jedem "geschäftsmäßig" agierenden Diensteanbieter auf. Anders als die gewerbliche Nutzung, die eine gewisse, auf Dauer angelegte wirtschaftliche Tätigkeit erfordert, erfasst ein geschäftsmäßiger Betrieb bereits jedes nachhaltige Handeln, und zwar unabhängig von einer etwaigen Gewinnerzielungsabsicht.

Mithin gibt die von Facebook vorgenommene Differenzierung "Privat / Gewerblich" die tatsächlichen rechtlichen Voraussetzungen für den Anwendungsbereich den Geltungsbereich der Impressumspflicht nicht hinreichend wieder.

b) Geschäftsmäßiger Bezug bei eigentlich privaten Auftritten

In den meisten Fällen werden die gewerbliche und die tatbestandliche geschäftsmäßige Nutzung von Facebook-Accounts zwar kongruieren. Jedoch sind Sonderfälle denkbar, in denen auch im Rahmen rein privater Auftritte eine geschäftsmäßige Nutzung vorliegen kann, etwa bei regelmäßigem "Teilen" von unternehmerischen Dritthinhalten, Angeboten oder bei der Vermengung von sozialgeprägten und beruflichen-motivierten Posts.

Möglich ist insofern (wohl aber in Ausnahmefällen), dass auch die Nutzung eines rein privaten Profils den Tatbestand der "Geschäftsmäßigkeit" nach §5 Abs. 1 TMG erfüllt und so grundsätzlich impressumspflichtig wird.

c) Als privat getarnte Geschäftsprofile

Auf der anderen Seite existieren noch immer viele persönliche Profile, deren Inhaber eine Umstellung auf die von Facebook bereitgestellte "Seiten"-Option verpasst haben und so im eigentlich als privat gedachten Bereich in geschäftsmäßiger Weise Inhalte verbreiten, die der Förderung der eigenen freiberuflichen Tätigkeit oder der Marktdurchdringung eines Unternehmens dienen. In derlei Fällen bestünde unstreitig auch eine Impressumspflicht auf dem "persönlichen Profil."

3.) Rechtssichere Einbindung von korrektem Impressum in Facebook-Profilen

Facebook bietet auf privaten Profilen die Möglichkeit an, klickbare Links am linken Seitenrand neben der Chronik darzustellen, die bei jedem Profilaufruf angezeigt werden.

Über die "Link"-Funktion lässt sich das Impressum mit dem privaten Profil rechtssicher verknüpfen, sofern der Link auf das Impressum sprechend ist, also die Bezeichnung "Impressum" enthält.

Klicken Sie zur Einbindung des sprechenden Impressumslinks auf "Instagram, Websites, andere Links hinzufügen" am linken Seitenrand.



Klicken Sie nun unter "Websites und Social Links" auf "Website hinzufügen".

WEBSITES UND SOCIAL LINKS

+ Website hinzufügen



+ Social Link hinzufügen

Fügen Sie im Anschluss den sprechenden Impressumslink ein und klicken Sie auf "Änderung speichern."

Wichtig: Stellen Sie sicher dass die Zielgruppe auf "öffentlich" gestellt ist (Weltsymbol).

WEBSITES UND SOCIAL LINKS

Websites

+ Eine weitere Website hinzufügen



Öffentlich ▼

Änderungen speichern

Abbrechen

Das Impressum wird nun von der Profilseite aus klickbar verlinkt.



IV. Fazit

Nach Einführung einer eigenständigen Rubrik durch Facebook selbst gestaltet sich die rechtssichere Einbindung eines Impressums innerhalb von gewerblichen Nutzerprofilen zunehmend unproblematisch. Insbesondere wurden vorher bestehende Rechtsunsicherheiten und das ihnen immanente Abmahnrisiko bei Versuchen, die Pflichtinformationen möglichst gesetzeskonform in die Nutzerauftritte einzupflegen, vollständig aufgehoben.

Im Einzelfall kann es trotz der inzwischen hinreichenden Darstellungsmöglichkeiten innerhalb Facebooks sinnvoll sein, zusätzlich auf das externe Impressum der eigenen Gewerbe-Homepage zu verlinken.

Bei weiteren Fragen zu Umfang und Umsetzung der Impressumspflicht in sozialen Medien steht Ihnen die IT-Recht Kanzlei gerne zur Verfügung.

Autor:

RA Phil Salewski

Rechtsanwalt