

von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

Anleitung: Impressum auf Google+-Firmenseiten richtig einbinden

Nicht nur das weltweit größte soziale Netzwerk Facebook bietet seinen gewerblichen Nutzern die Möglichkeit, durch die Einrichtung professioneller Unternehmensseiten die Reichweite eigener Angebote zu erhöhen. Auch der bedeutendste Konkurrent Google+ stellt die Option von Firmenseiten bereit, welche das eigene Gewerbe medial anreichern können. Allerdings sind derartige Unternehmensprofile als geschäftsmäßig betriebene, eigenständige Telemedien gemäß §5 TMG stets impressumpflichtig. Lesen Sie im folgenden Beitrag, ob und inwiefern die erforderlichen Anbieterinformation auf Google+-Firmenseiten rechtskonform eingebunden werden können.

Hinweis: eine detailreiche Handlungsanleitung zur Einrichtung eines Impressums auf privaten Google+-Accounts hält die IT-Recht Kanzlei [hier](#) bereit.

I. Die Impressumpflicht auf Google+

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. Unausweichlich fallen insofern vor allem die stets einem Gewerbebetrieb zuzuordnenden Firmenprofile in den Geltungsbereich der verpflichtenden Anbieterkennzeichnung.

Mangelnde Personalisierungsmöglichkeiten und gestalterische Einschränkungen in diversen, meist aus dem Ausland heraus betriebenen Netzwerken, 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.

Auch auf Google+ ergaben sich für viele Nutzer erst jüngst dadurch Probleme, dass das Netzwerk wesentliche Designänderungen durchsetze, welche insbesondere im Bereich der privaten Profile bekannte Strukturen entfallen ließen und im Hinblick auf die Impressumpflicht zu einem kreativen Lösungsweg über Umwege zwang. Bemerkenswert ist insofern, dass die Kategorie der Firmenprofile demgegenüber weitgehend vor den Umgestaltungen bewahrt blieb. Hier wurde zwar auch die neue Funktion der „Communities und Sammlungen“ eingefügt, die wesentlichen Profilelemente – und die sich daraus ergebenden rechtlichen Probleme im Hinblick auf das Impressum – bestehen aber fort.

Nicht nur auf Google+, sondern in jedem anbieterkennzeichnungspflichtigen Telemedium kann die gänzlich fehlende, unzulängliche oder unvollständige Impressumseinbindung als Ordnungswidrigkeit nach §16 Abs. 2 Nr. 1 TMG mit Bußgeld geahndet und zudem wettbewerbsrechtlich über §4 Nr. 11 UWG verfolgt werden.

II. Anleitung: Impressum auf der Google+-Firmenseite

Dass Google+ im Rahmen seiner Restrukturierungsmaßnahmen für Firmenprofile offenbar nur eine Verbesserung der Bedienungsfreundlichkeit und Übersichtlichkeit anstrebte, behindert gewerbliche Accountinhaber bei der Verwirklichung einer rechtskonformen Impressumseinbindung. Anstatt nämlich auf die rechtlichen Anforderungen der europaweit geltenden Pflicht zur Anbieterkennzeichnung zu reagieren, etwaig ergangene Rechtsprechung mit einzubeziehen und schließlich dementsprechend gewisse Personalisierungsmöglichkeiten und eine flexible Profilanpassung vorzusehen, beharrt das Netzwerk auf einen rigiden Profilaufbau.

1.) Problem: unveränderliche „Info“-Rubrik

Insofern lassen sich auf Google+-Firmenprofilen wesentliche Informationen zum jeweiligen Anbieter sowie weitergehende Hinweise auf das Unternehmen, seine Tätigkeiten, Handelspartner oder weitere medialen Auftritte ausschließlich in nicht modifizierenden Rubrik „**Kurzinfo**“ hinterlegen, wobei jedoch die Zeichen hierbei auf 140 beschränkt sind

a) Impressum unter Info (auf Facebook) unzulässig

Mit Blick auf die Impressumspflicht des §5 TMG ist dies gerade in Deutschland verheerend, weil es seit einer Entscheidung des LG Aschaffenburg (Urteil v. 19.08.2011 - Az. 2 HK O 54/11) der nahezu allgemeinen Meinung entspricht, dass eine Anführung von Impressumsangaben unter dem Reiter „Info“ wegen Verstoßes gegen die geforderte „leichte Erkennbarkeit“ unzulässig ist. Immerhin soll ein verständiger Nutzer bei dieser Bezeichnung vernünftigerweise keine konkreten Hinweise auf die Identität des Anbieters erwarten können, sondern gehe vielmehr dem Wortlaut nach von bloß allgemeinen Angaben ohne Kontaktbezug aus.

b) Abweichende Beurteilung auf Google+ angezeigt?

Zu erwägen wäre, diesem Urteil, das in Bezug auf die Info-Rubrik auf „Facebook“ gefällt wurde, seine Indizwirkung auf Google+ zumindest in gewissem Umfang abzusprechen. Während auf Facebook nämlich die Info-Seite stets durch Anklicken separat aufgerufen werden musste, erfüllt die „Info“ auf Google+ die Funktion einer Profilübersicht und erscheint mit ihren nachstehenden Angaben und Hinweisflächen beim Aufrufen eines Profils automatisch als vorausgewählter Reiter. Hier könnte es dem Nutzer insofern zuzumuten sein, die Info-Seite auf Impressumsangaben zu untersuchen, weil er – eine gewisse Kenntnis der Google+-Struktur – vorausgesetzt, mit deren dortiger Anführung vernünftigerweise rechnen dürfte. Dies könnte erst recht gelten, wenn die Angaben so positioniert sind, dass sie innerhalb

der Info-Sparte beim bloßen Profilaufruf innerhalb des jeweiligen Sichtfeldes erscheinen.

c) Noch bestehende Rechtsunsicherheit

Dennoch kann eine Anführung von Impressumsinformationen in der Info-Rubrik für keine hinreichende Rechtssicherheit bürgen, obwohl jene sowohl die Möglichkeit zur Einbettung externer Links als auch zur Personalisierung eines „Über-mich“-Feldes bereitstellt.

Auf die Einbindung eines Impressums in der Google+-Info für Firmenprofile sollte – bis zu einer Klärung der Frage, ob die für Facebook entwickelten Grundsätze hier trotz abweichender Interface-Struktur in gleicher Weise heranzuziehen sind, allenfalls sekundär zurückgegriffen werden.

2.) Einbindung eines sprechenden Impressumslinks als Firmenlink

Sollte von einer alleinigen Darstellung von Impressumsangaben in der „Info“-Sparte des Google+-Firmenprofils aufgrund von richterrechtlichen Bedenken derzeit noch abgesehen werden, so ist auf eine alternative Einbindungsmöglichkeit zurückzugreifen.

Dennoch existiert ein abweichender Weg. Denkbar ist nämlich, einen Link auf ein externes Impressum als klickbaren Firmenlink in das Google+-Firmenprofil zu integrieren, welcher stets unterhalb des Profilbildes und mithin unabhängig von der Info-Rubrik angezeigt wird.

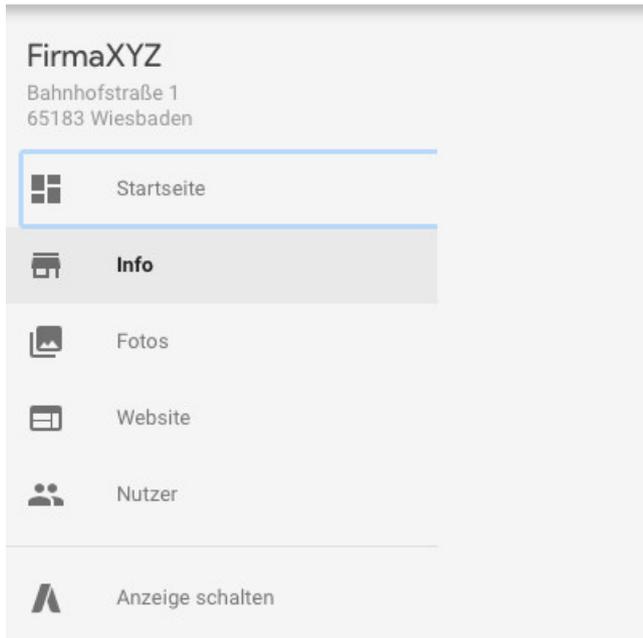
Zu beachten ist aber, dass diese Option nur insoweit vollständige Rechtssicherheit bietet, wie es um einen sprechenden Link handelt, bei dem die Zweckbestimmung, also das Impressum als Bezugspunkt, bereits aus dem Wortlaut der URL hervorgeht (Beispiel: www.xyz.de/impressum). Die Voranstellung einer aufklärenden Bezeichnung ist insofern nicht möglich.

Gleichzeitig darf der Link nicht allzu lang sein, weil sonst der entscheidende sprechende Wortteil, der das Impressum indiziert, nicht angezeigt würde.

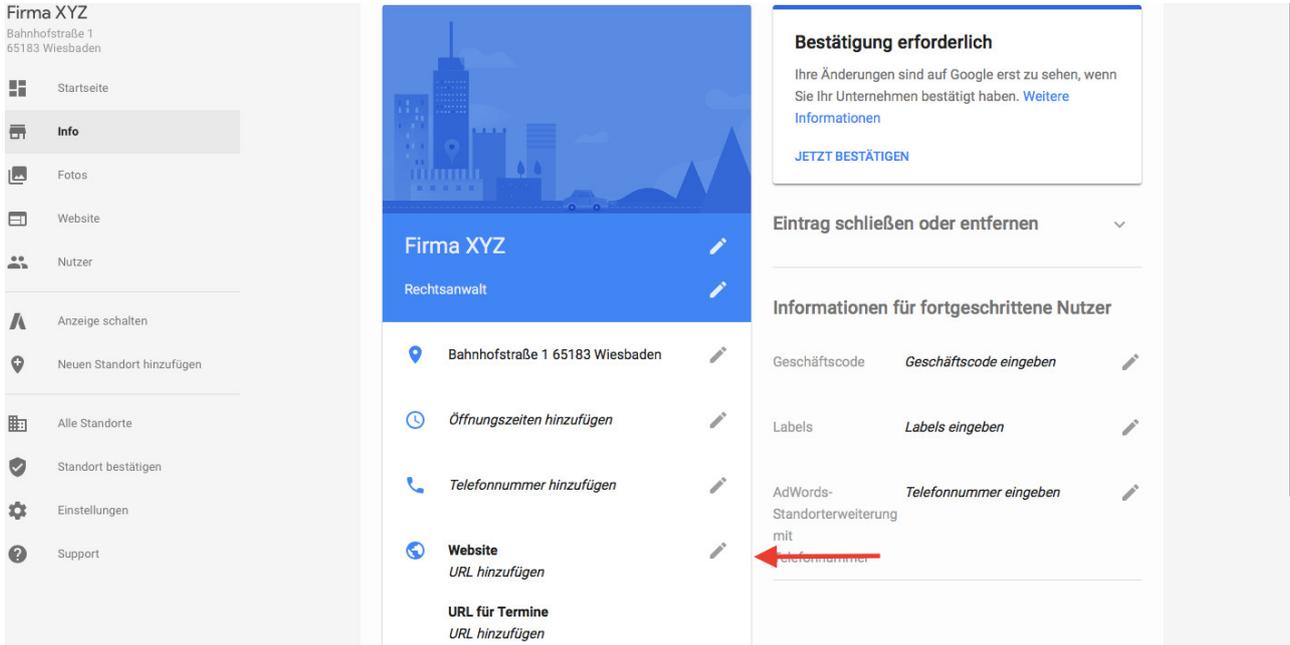
Sofern Sie über einen prägnanten, sprechenden externen Impressumslink verfügen, ist dieser zur rechtssicheren Einbindung Ihres Impressums im Google+-Firmenprofil geeignet.

Wählen Sie auf der Google-My Business-Startseite, auf welche Sie nach jedem Login gelangen, durch Klick auf die 3 untereinanderliegenden Balken am oberen linken Seitenrand die Option „Info“ aus.

☰ Info ←



Sodann erscheint mittig auf dem Bildschirm unter anderem die Rubrik „Website“. In dieser sollte regelmäßig Ihre unternehmenseigene Website hinterlegt sein. Diese gilt es nun durch den sprechenden Impressumslink zu ersetzen.

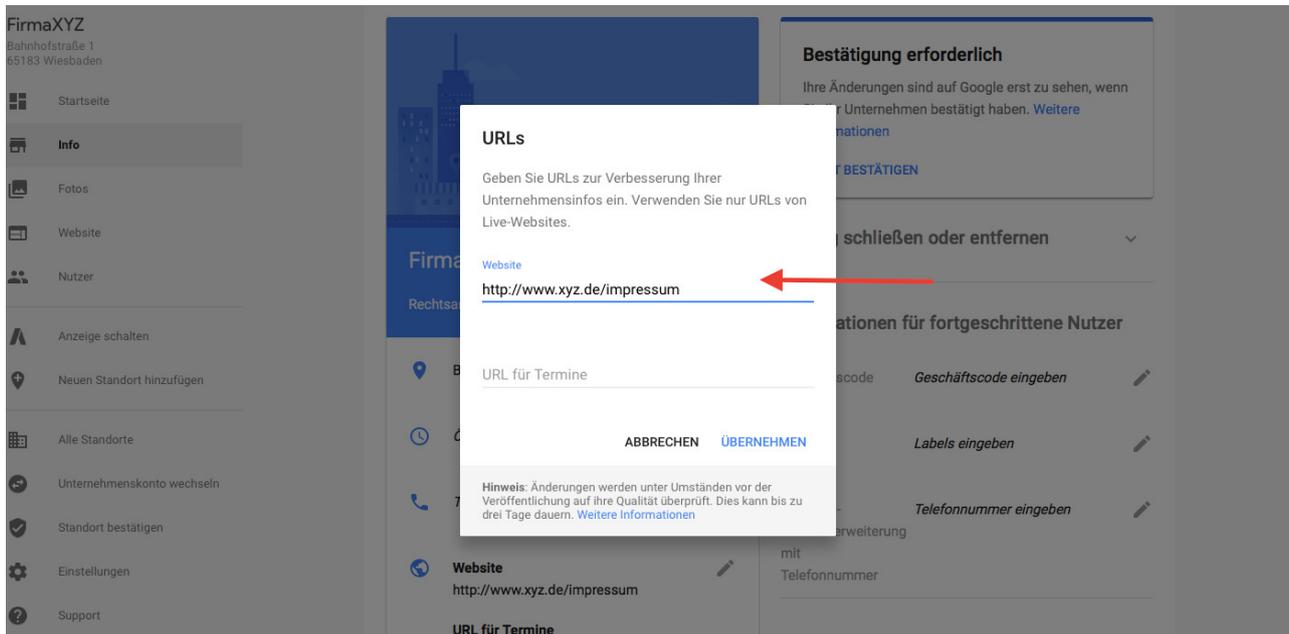


The screenshot shows the Google My Business profile management interface for 'Firma XYZ'. On the left is a navigation menu with options like 'Startseite', 'Info', 'Fotos', 'Website', 'Nutzer', 'Anzeige schalten', 'Neuen Standort hinzufügen', 'Alle Standorte', 'Standort bestätigen', 'Einstellungen', and 'Support'. The main content area is divided into three sections:

- Header:** 'Firma XYZ' with a pencil icon for editing.
- Address:** 'Bahnhofstraße 1 65183 Wiesbaden' with a pencil icon.
- Business Hours:** 'Öffnungszeiten hinzufügen' with a pencil icon.
- Phone Number:** 'Telefonnummer hinzufügen' with a pencil icon.
- Website:** 'Website URL hinzufügen' with a pencil icon.
- URL for Appointments:** 'URL für Termine URL hinzufügen' with a pencil icon.

On the right side, there is a confirmation message: 'Bestätigung erforderlich' (Confirmation required), stating that changes need to be confirmed by Google. Below this is a dropdown menu 'Eintrag schließen oder entfernen' and a section 'Informationen für fortgeschrittene Nutzer' (Advanced user information) with input fields for 'Geschäftscod', 'Labels', and 'AdWords-Standort', each with a pencil icon. A red arrow points to the 'Telefonnummer' field in the AdWords section.

Klicken Sie auf den Stift rechts neben der Website, sodass Ihnen im Anschluss ein Pop-Up-Fenster angezeigt wird, welches die Personalisierung Ihrer Links ermöglicht.



Tauschen Sie nun den unter dem Titel „Website“ hinterlegten Link gegen Ihren sprechenden Impressumlink aus.

Nach einem abschließenden Klick auf das blaue Feld „Übernehmen“ wird der Impressumlink Ihrer Profilseite hinzugefügt und erscheint unmittelbar unter Ihrem Profilbild.

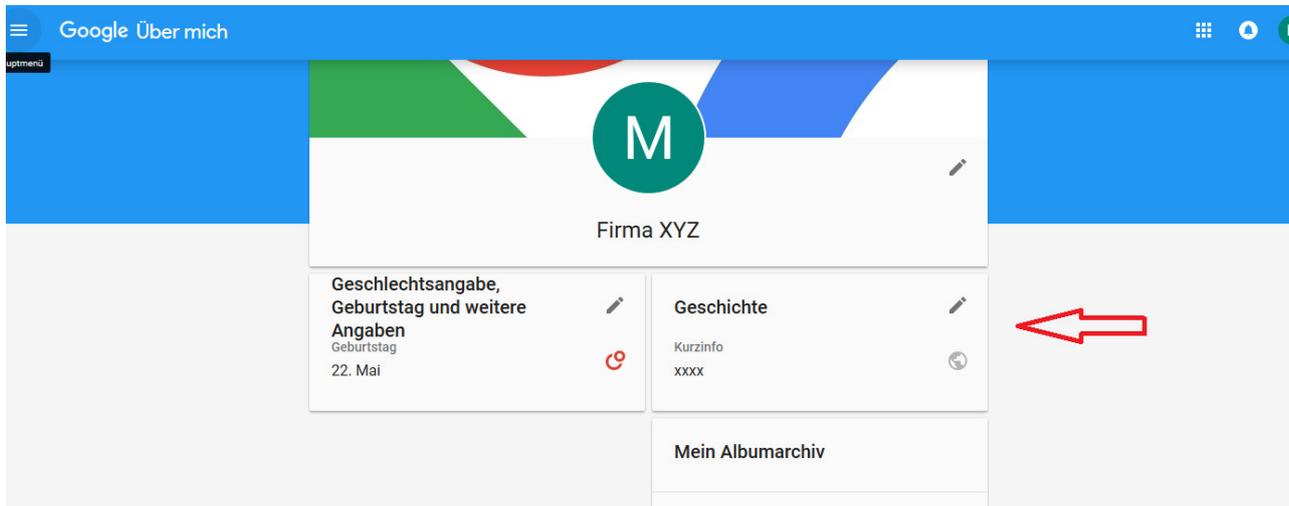


Achtung: Ist der sprechende Link zu lang, wird der hintere Linkteil abgeschnitten. Rechtssicherheit können insofern nur kurze Impressumslinks oder solche längeren bieten, bei denen das Wort „Impressum“ noch innerhalb des Sichtfeldes erscheint.

3.) Hilfsweise: Setzen von Impressumslink in „Über mich“-Feld

Profilinhaber, die keinen oder aber einen zu langen sprechenden externen Impressumslink aufweisen, können sich auf Google+ derzeit **nur wenig rechtssicheren Impressumseinbindung** innerhalb der „Info“-Rubrik bedienen. Um hier ein Abmahnrisiko gering zu halten, empfiehlt sich eine Anführung eines Links auf eine externe Anbieterkennzeichnung in der Unterkategorie „Über mich“. Diese wird bei jedem Profilaufruf automatisch angezeigt, weil die sie beherbergende Info-Rubrik als „Profilübersicht“ fungiert und die „Über-mich“-Sektion eingangs darstellt. Darüber hinaus werden klickbare URLs generiert. Auch eine Voranstellung eines aufklärenden Indikators ist möglich.

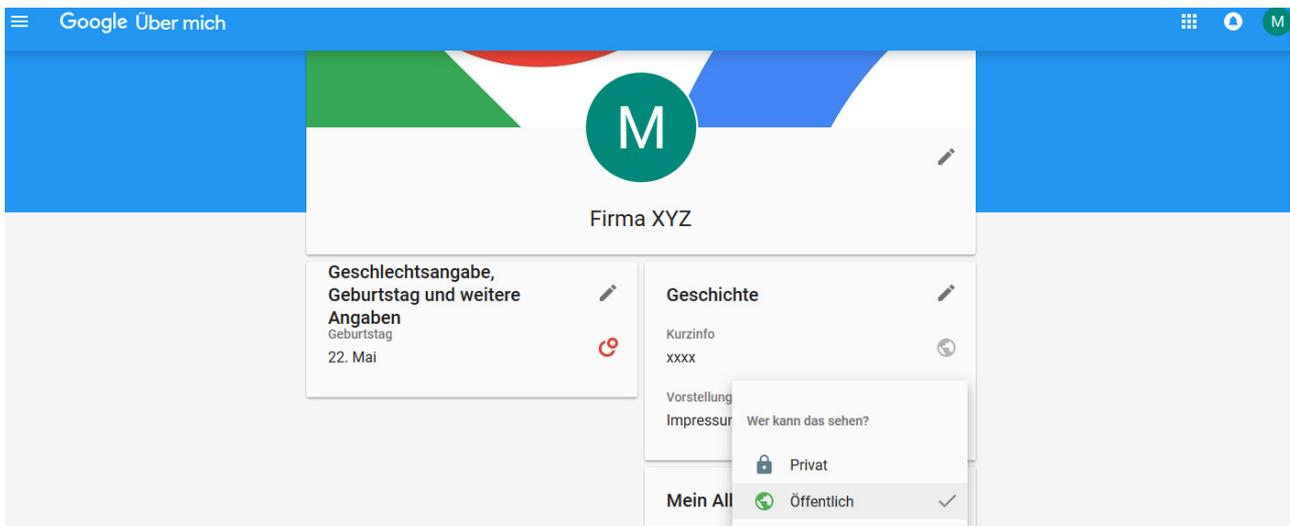
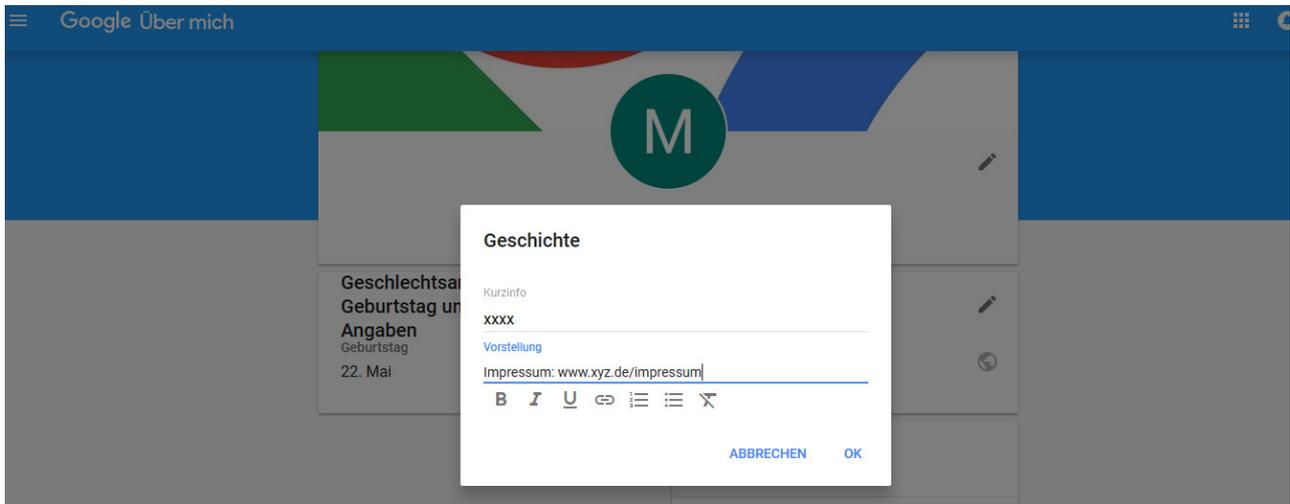
Zum Einfügen Ihres Impressumslinks in der Über-mich-Sektion rufen Sie auf Ihrem Google+-Profil die Rubrik „Über mich“ auf und wählen den Kasten mit dem Titel „Geschichte“ aus. Klicken Sie innerhalb desselben auf „Bearbeiten“.



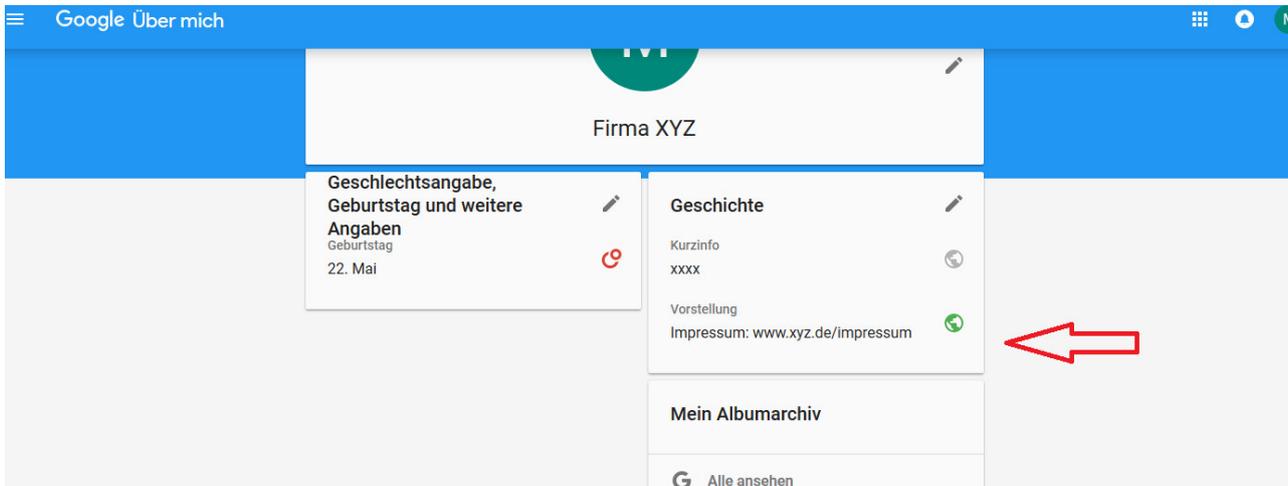
Im sich sodann öffnenden Pop-Up können Sie unter der Bezeichnung „Über mich“ Ihren Impressumslink einfügen. Es empfiehlt sich, diesem in jedem Fall durch das Schlagwort „Impressum:“ eine Zielbestimmung voranzustellen.

Achtung: Hier können auch nicht sprechende Impressumslinks angeführt werden. Diese setzen die soeben benannte Zielbestimmung allerdings zwingend voraus.

Stellen Sie sicher, dass als Anzeigemodus die Option „öffentlich“ gewählt ist und klicken Sie abschließend auf „Speichern“.



Der Impressumslink müsste nun in der Kategorie „Geschichte“ unter „Vorstellung“ zu sehen sein.



III. Fazit

Auf Google+ machen der Mangel an Bereitschaft von Seiten der Betreiber, das Layout der Profile an die jeweilige Rechtslage im Nutzungsland anzupassen und so weitergehende Personalisierungs- oder Modifizierungsmöglichkeiten bereitzustellen, sowie der verschachtelte Profilaufbau den meisten gewerblichen Accountinhabern eine vollständig rechtssichere Impressumseinbindung auf ihren Firmenseiten noch unmöglich.

Weil eine eigene Impressumsrubrik fehlt und die Anführung von Angaben in der Info-Rubrik von der Rechtsprechung für unzulässig erklärt wurde, verbleibt als rechtskonforme Option derzeit nur, einen externen Impressumslink als „Firmenlink“ im Profil zu hinterlegen. Dieser muss allerdings sprechend und darf darüber hinaus nicht zu lang sein.

Accountinhaber, die über keinen kurzen, sprechenden Link auf ein externes Impressum verfügen, müssen sich derweil mit der Einbindung dieses Links in der „Über mich“-Sektion begnügen und gehen damit ein nicht auszuschließendes Abmahnrisiko ein. Die Über-mich-Sparte ist nämlich selbst Teil der Info-Rubrik.

Ob und inwieweit von den Grundsätzen der Unzulässigkeit eines „Info-Impressum“ auf Google+-Firmenprofilen abgewichen werden darf, weil hier die entsprechende Kategorie als Profilübersicht fungiert, bleibt einer Klärung durch die Rechtsprechung vorbehalten.

Händlern blieben derartige Unsicherheiten allemal erspart, wenn auch Google nach dem Vorbild anderer internationaler Sozialnetzbetreiber auf die europäische Impressumspflicht reagieren und rechtskonforme Einbettungsoptionen integrieren würde. Bisher lässt Google's Entgegenkommen hier aber noch zu wünschen übrig und provoziert Entschlüsse der Accountinhaber, dem Netzwerk den Rücken zu kehren.

Bei Fragen zu Einbindung und Inhalt der Anbieterkennzeichnung oder zum Umfang der Impressumspflicht steht Ihnen die IT-Recht Kanzlei gern persönlich zur Verfügung.

Autor:

RA Phil Salewski

Rechtsanwalt