

von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

## Impressumspflicht für Facebook-Gruppen?

**Das soziale Netzwerk Facebook bietet Nutzern die Möglichkeit, sich in individualisierbaren Gruppen zu bündeln, auszutauschen und sich im Hinblick auf gemeinsame Interessen abzustimmen. Ausgehend von diversen bestätigenden Gerichtsurteilen zur Impressumspflicht in sozialen Medien stehen Inhaber von Facebook-Gruppen häufig vor der Frage, ob sie innerhalb der Gruppe zur Anbieterkennzeichnung verpflichtet sind. Der nachfolgende Beitrag erörtert, ob und unter welchen Umständen Facebook-Gruppen ein Impressum ausweisen müssen.**

### I. Maßgebliches Kriterium: die Geschäftsmäßigkeit

Bei steuerbaren Präsenzen in sozialen Medien, seien es Profile, Seiten oder Gruppen, handelt es sich um Telemedien, bei denen gemäß § 5 Abs.1 TMG deren Geschäftsmäßigkeit darüber entscheidet, ob der Diensteanbieter ein Impressum anführen muss.

Während der Diensteanbieter als maßgeblicher Verantwortlicher nach § 2 Nr. 1 TMG jede natürliche oder juristische Person ist, die eigene oder fremde Telemedien zur Nutzung bereithält oder den Zugang zur Nutzung vermittelt (bei Facebook-Gruppen also der Gruppeninhaber), ist die für die Impressumspflicht entscheidende "Geschäftsmäßigkeit" nicht legaldefiniert und daher der gerichtlichen Interpretation zugänglich.

Etabliert hat sich ein Verständnis, nach dem der Begriff der "Geschäftsmäßigkeit" wesentlich weiter zu verstehen ist als derjenige der "Gewerbsmäßigkeit". Insofern wird die Geschäftsmäßigkeit nicht erst dann erfüllt, wenn der angebotene Teledienst eine direkte Ausprägung der eigenen wirtschaftlichen Betätigung ist. Nach den Gesetzesbegründungen zum TMG und dem OLG Hamburg (Urteil v. 03.04.2007 - Az. 3 W 64/07) liegt eine Geschäftsmäßigkeit vielmehr schon vor, wenn die Internetseiten kommerziell ausgestaltet, also unmittelbar auf den Vertrieb von Waren oder Dienstleistung ausgerichtet sind oder bloß mittelbar von eigener oder fremder Werbung gespeist werden.

Die Entgeltlichkeit eines Telemediendienstes ist für dessen Qualifikation als "geschäftsmäßig" dahingegen nicht zwingend erforderlich, da andernfalls der Anwendungsbereich des § 5 TMG zu weit beschränkt würde. So postuliert schon §5 Abs. 1 TMG die Gebührenpflicht zwar als Indikator, nicht aber als unabdingbare Voraussetzung der Impressumspflicht. Eine Gewinnerzielungsabsicht ist für die Geschäftsmäßigkeit ebenfalls nicht notwendig.

Zur Orientierung kann für die Beurteilung der Geschäftsmäßigkeit ergänzend auch die Definition der

geschäftlichen Handlung nach §2 Nr. 1 UWG herangezogen werden. Diese umfasst ebenso wie die Geschäftsmäßigkeit sämtliche Formen der Kommunikation, die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbildes eines Unternehmens, einer Organisation oder einer natürlichen Person dienen, die eine Tätigkeit in Handel, Gewerbe, Handwerk oder einen reglementierten Beruf ausübt (Köhler/Bornkamm-Köhler, Kommentar zum UWG, § 2 Rnr. 14).

## II. Abgrenzung nach Zweck und inhaltlicher Ausgestaltung der Facebook-Gruppe

Ausgehend davon, dass die Impressumspflicht mit der Geschäftsmäßigkeit immer einen kommerziellen Kommunikationszweck im Hinblick auf angebotene eigene oder fremde Waren oder Dienstleistungen voraussetzt, ist für die Erforderlichkeit eines Impressums nach der Zielsetzung und der konkreten inhaltlichen Ausgestaltung zu differenzieren.

Werden Facebook-Gruppen zu rein privaten Zwecken, etwa dem inhaltlichen Austausch über ein bestimmtes Hobby, betrieben und tatsächlich auch in keiner Weise anders genutzt, kann nicht von einer Impressumspflicht ausgegangen werden. Die kollektive Nutzung eines Telemediums zu rein privaten, nicht unternehmenskommunikativen Zwecken unterfällt der Impressumspflicht gerade nicht.

Dies kann sich aber ändern, sofern in Hobby-Gruppen unter Verweis auf fremde oder gar eigene Angebote bestimmte Leistungen oder Veranstaltungen zum Nachgehen des Hobbies verbreitet werden. Ein Irrglaube ist hier insofern, dass sich gerade die Tätigkeit des Diensteanbieters (also des Gruppen-Inhabers) für das Vorliegen einer Impressumspflicht als geschäftsmäßig erweisen, also die kommerzielle Kommunikation von ihm ausgehen muss. Dies ist aber nicht zwingend erforderlich, weil § 5 TMG die Impressumspflicht an die Geschäftsmäßigkeit des Telemediums an sich - übertragen also an den Inhalt der Facebook-Gruppe - knüpft. Mithin muss sich ein Gruppeninhaber auch die kommerzielle Kommunikation auf eigene oder fremde Rechnung durch Mitglieder zurechnen lassen und ist, um eine Geschäftsmäßigkeit auszuschließen, gehalten, eigen- oder fremdwerbende Inhalte sowie (Verweise auf) eigene/fremde Angebote präventiv zu unterbinden und repressiv zu entfernen.

Sofern singuläre Beiträge dieser Form der Gruppe wohl noch nicht deren Privatweckcharakter-absprechen dürften, können gehäufte und/oder regelmäßige kommerzielle Inhalte die Gruppe geschäftsmäßig werden lassen und die Impressumspflicht auslösen.

Als eindeutig geschäftsmäßig sind schließlich solche Facebook-Gruppen zu behandeln, in denen nach dem eindeutigen Gruppenziel über bestimmte unternehmerische Leistungen, besondere Angebote oder kurzzeitige Aktionen und Rabatte informiert werden soll. Hierunter fallen zum einen vom einem Unternehmer selbst zur Verbreitung seiner Shopreichweite betriebene Gruppen, in denen er Mitglieder

über Aktuelles informiert, als auch übergeordnete "Deal"-, Preisvergleichs- und Rabatt-Gruppen.

### III. Ort der Anführung des Impressums in Facebook-Gruppen

Sofern eine Facebook-Gruppe die Kriterien für die Impressumspflicht erfüllt, muss sich ein geeigneter Ort für die Anführung überlegt werden. Auf der einen Seite stellt Facebook für Gruppen anders als für "Seiten" kein eigenes Impressumsfeld bereit, auf der anderen Seite muss die Anbieterkennzeichnung nach § 5 Abs. 1 TMG leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein.

Es empfiehlt sich eine Anführung innerhalb der Gruppenbeschreibung per Link auf ein externes Impressum, um diese nicht zu überladen. Ist ein solches externes Impressum nicht vorhanden, kann auch das volle Impressum angeführt werden, sollte dann aber als solches auch bezeichnet sein.

Zu der man wie folgt gelangt: "Mehr" &rarr; "Gruppeneinstellungen bearbeiten" &rarr; "Gruppenbeschreibung"

Die Gruppenbeschreibung wird ständig verfügbar am rechten Seitenrand im Browser angezeigt und lässt klickbare URLs zu, mit denen sich die Kriterien der unmittelbaren Erreichbarkeit und ständigen Verfügbarkeit rechtskonform verwirklichen lassen.

Die "leichte Erkennbarkeit" lässt sich besonders sicherstellen, in dem man das Impressum allen anderen Informationen aus der Gruppenbeschreibung voranstellt, wobei ihr aber auch die Anführung an jeder anderen Stelle der Beschreibung genügen sollte.

BESCHREIBUNG	<a href="#">Bearbeiten</a>
Impressum: <a href="http://www.xyz.de/impressum">www.xyz.de/impressum</a>	
ART DER GRUPPE	
Team	
ORT	<a href="#">Bearbeiten</a>

## IV. Fazit

Die Impressumspflicht von Facebook-Gruppen hängt maßgeblich davon ab, ob diese geschäftsmäßig betrieben, also für die kommerzielle Kommunikation verwendet werden. Hierbei ist nicht nur das Kommunikationsverhalten des Gruppeninhabers, sondern auch das der Mitglieder für die Beurteilung relevant.

Bestehen nach Gruppenzweck und Gruppeninhalten Zweifel über die Erforderlichkeit eines Impressums, so ist zu raten, dieses sicherheitshalber vorzuhalten. Während das Fehlen eines eigentlich notwendigen Impressums nämlich als Wettbewerbsverstoß mit Abmahnungen und im Übrigen auch mit Bußgeldern geahndet werden kann, ist das Vorhalten eines eigentlich nicht erforderlichen Impressums rechtlich unschädlich.

Viele weitere detail- und beispielreiche Informationen zur Impressumspflicht nach § 5 TMG finden sich in [diesen FAQ der IT-Recht Kanzlei](#).

Autor:

**RA Phil Salewski**

Rechtsanwalt