

OLG Düsseldorf: Impressum bei Facebook unter "Info" reicht nicht

Schon 2011 hatte das LG Aschaffenburg entschieden, dass eine werblich genutzte Facebook-Fanpage ein Impressum haben muss. Dieses dürfe nicht nur mit dem Wort Info verlinkt werden, da der Durchschnittsnutzer hinter einer solchen Link-Bezeichnung keine Anbieterkennzeichnung erwarte. Dieser Auffassung hat sich nun das OLG Düsseldorf angeschlossen.

Update: Weitere Entscheidung erwartet.

Vor dem OLG Düsseldorf (Urt. v. 13.8.2013, I-20 U 75/13) stritten sich zwei Unternehmer über die korrekte Impressumsverlinkung auf Facebook.

Der Antragsgegner unterhielt bei Facebook eine Fanpage unter der Firmierung. "Schlüsseldienst R. M.". Dabei verwendete er kein unmittelbares Impressum, sondern nur auf der Unterseite "Info" einen Link zu seiner Homepage, auf der das Impressum abgerufen werden konnte.

Der Antragsteller war der Auffassung, dass dies nicht den Anforderungen des § 5 TMG an eine leicht erkennbare und unmittelbar erreichbare Anbieterkennzeichnung genüge. Der Antragsgegner hielt die Verlinkung dagegen für ausreichend.

Linkbezeichnung "Info" ist unzureichend

Das Gericht folgte der Argumentation des Antragstellers.

"Der Antragsgegner handelt unlauter, da er bei seinem Facebook-Auftritt die Pflichtangaben nach § 5 TMG nicht leicht erkennbar und unmittelbar erreichbar zur Verfügung stellt. Die Informationspflichten des § 5 TMG dienen dem Verbraucherschutz sowie der Transparenz von geschäftsmäßig erbrachten Telediensten und stellen daher Marktverhaltensregelungen im Sinne von § 4 Nr. 11 UWG dar."

Das Gericht stellte zunächst den (unumstrittenen) Fakt noch einmal heraus, dass ein Facebook-Auftritt, der zu Marketing-Zwecken verwendet wird – bei dem also keine rein private Nutzung vorliegt – mit einem Impressum ausgestattet sein muss.

"Vorliegend ist unstreitig, dass der Facebook-Auftritt des Antragsgegners gewerbsmäßig erfolgt und eine Anbieterkennung allenfalls über die unter dem Button "Info" enthaltene Verlinkung zum Internetauftritt enthält."

Das ist unzureichend, da die Bezeichnung "Info" dem durchschnittlichen Nutzer nicht ausreichend verdeutlicht, dass hierüber – auch – Anbieterinformationen abgerufen werden können."

Zweck der Informationspflichten über Identität, Anschrift, Vertretungsberechtigten und Handelsregistereintragung ist es, dass der Unternehmer den Verbraucher klar und unmissverständlich darauf hinweist, mit wem er in geschäftlichen Kontakt tritt."

Die erforderlichen Informationen müssen deshalb unter anderem leicht erkennbar sein."

Befinden sich die erforderlichen Angaben nicht auf der Startseite, gehört hierzu, dass der Anbieter für weiterführende Links Bezeichnungen wählt, die verständlich sind und sich dem Nutzer ohne weiteres erschließen."

Diesen Anforderungen genügen nach der Rechtsprechung des BGH die Begriffe "Kontakt" und "Impressum", da – so die Begründung – dem durchschnittlich informierten Nutzer des Internets mittlerweile bekannt sei, dass mit den Begriffen "Kontakt" und "Impressum" Links bezeichnet würden, über die der Nutzer zu einer Internetseite mit den Angaben zur Anbieterkennzeichnung gelange."

Gleiches gilt nicht für die Bezeichnung "Info": Ihr entsprechender Informationsgehalt bleibt deutlich hinter dem des Begriffs "Kontakt" zurück.

"Kontakt" vermittelt dem Nutzer, dass über den so bezeichneten Link Informationen erlangt werden können, wie mit wem Kontakt aufgenommen werden kann.

Die Informationen "wie mit wem" enthalten in der Regel die Angaben zur Identität, Anschrift, evtl. Vertretungsberechtigung und evtl. Handelsregistereintragung.

Anders verhält es sich mit "Info" als Abkürzung für "Informationen".

Die Palette der auf einem Facebook-Auftritt erwartbaren Informationen ist groß. Dementsprechend muss der Besucher der Facebook-Seite des Antragsgegners nach Anklicken des Buttons "Info" dort noch den Button "Kontakt" anklicken, bevor er zur Internetseite weitergeleitet wird. Das ist unstreitig. Streitig ist lediglich, ob er nach dem Anklicken des Buttons "Kontakt" unmittelbar zum Impressum der Internetseite gelangt oder auf der Internetseite noch den Button "Impressum" anklicken muss."

Das Gericht musste sich aufgrund dieser Feststellungen nicht mehr dazu äußern, ob eine Linkkette mit 3 Schritten noch die Anforderungen der BGH-Rechtsprechung zur Unmittelbarkeit erfülle. In dieser hatte der BGH dies nur für eine Zweier-Kette bejaht. Allerdings erschien es dem Gericht fraglich, dass durch einen dritten Schritt schon von einer "langen Suche" gesprochen werden kann.

Fazit

Nun liegt ein erstes OLG-Urteil zur Frage der Link-Bezeichnung bei Facebook vor. Das Impressum sollte in der Box oberhalb des Links "Info" enthalten sein. Dort würde auch eine (entsprechend eindeutig benannte) Verlinkung ausreichen, z.B. so:

Bei dieser Variante wird auch die mobile Ansicht berücksichtigt, denn diese Box erscheint auch beim Abruf von Facebook-Seiten auf einem Smartphone. Bei einem so verlinkten Impressum muss dann allerdings klargestellt werden, dass sich dieses auch auf den Facebook-Auftritt des Unternehmens bezieht. (mr)

Update: Weitere Entscheidung erwartet

In kurzer Zeit wird ein weiteres Gericht über die Frage des Impressums bei Facebook entscheiden. Am 3.12.2013 beschäftigt sich das OLG Nürnberg in einem Verfahren zum einem um die Frage der rechtsmissbräuchlichen Geltendmachung von Ansprüchen, wie RA Dr. jur. Hajo Rauschhofer berichtet. Wird ein Rechtsmissbrauch verneint, wird es inhaltlich auch die Frage beantworten, ob der Link "Info" als Hinweis auf das Impressum ausreichend ist.

Update: Wie kommt das Impressum in die Box?

Aufgrund zahlreicher Nachfragen möchten wir auch noch kurz erklären, wie Sie den Link auf das Impressum in die Box bekommen.

Als Administrator Ihrer Fanpage müssen Sie im Administatoren-Bereich unter Seiteninfo den Text hinter "Kurze Beschreibung" anpassen. Fügen Sie dort einen Hinweis auf das Impressum (inkl. Verlinkung) ein und dieser Text, speichern Sie diesen ab und schon ist der Hinweis auf das Impressum in der Box enthalten.

Für die korrekte Darstellung in der mobilen Ansicht muss das Impressum außerdem vollständig in den Teil "Unternehmensübersicht" – also eine Zeile darunter – aufgenommen werden. Dann wird die Seite mobil wie folgt dargestellt:

Mehr zum Impressum

Die korrekte Verlinkung des Impressums im Shop, bei Facebook oder auch bei XING ist nur die eine Seite der Medaille – der richtige Inhalt die andere. Auf den ersten Blick erscheint es sehr einfach, seine eigenen Daten in ein Impressum zu schreiben. Die tägliche Praxis belehrt uns aber immer wieder eines Besseren: Abmahnungen zu Fehlern im Impressum kommen sehr häufig vor. Auch die Gerichte müssen sich immer wieder damit beschäftigen.

Damit Ihnen das nicht passiert, haben wir unser Handbuch für Online-Händler entwickelt. Darin erklären wir nicht nur auf ca. 180 Seiten die Rechtslage für Online-Händler in Deutschland. Im Buch enthalten sind auch 55 rechtssichere Muster, unter anderem 11 Muster für das Impressum der gängigsten Rechtsformen in Deutschland, vom Einzelunternehmer über die GmbH bis hin zur AG und UG (haftungsbeschränkt).

Das Handbuch als pdf können Sie für 39 Euro (inkl. MwSt.) in unserem Shop erwerben.

Bildnachweis: Kunertus/shutterstock.com