

# Anbieterkennzeichnung oder Impressum oder Pflichtangaben?

ein Rechtstipp von Jürgen Hüneborn, Fachanwalt für IT-Recht, Münster

aus den Rechtsgebieten eBay & Recht, IT-Recht, Wettbewerbsrecht

Anbieterkennzeichnung | Pflichtangaben | Impressum | social media | Fernabsatzvertrag | Presserecht

Social-Media-Pages benötigen ein Impressum. So sagt es der Volksmund und in 90 % der Fälle stimmt das sogar. Das LG Aschaffenburg hatte vor längerer Zeit die Impressumspflicht für geschäftlich genutzte Facebook-Seiten noch einmal ausdrücklich bejaht ([Link<sup>1</sup>](#)).

Allerdings hatte das Landgericht in seinem Urteil einige Fragen offen gelassen bzw. wurde hierüber in der Berichterstattung offenbar unsauber hinweg-„gebügelt“. Ich möchte daher noch einmal recht grundsätzlich dazu Stellung nehmen:

Zu unterscheiden ist einerseits das „echte“ Impressum von der sogenannten „Anbieterkennzeichnung“, oft auch unvollständig „Pflichtangaben nach § 5 TMG“ genannt. Denn ein Impressum muss eigentlich nur derjenige vorhalten, der auf seiner Webseite redaktionellen Inhalt darbietet. Das dürfte z. B. bei den meisten Blogs der Fall sein, schon seltener aber bei einer Facebook-Präsenz. Die Impressumspflicht ist daher ein presserechtliches Institut, das auch keinen Unterschied darin macht, ob jemand geschäftsmäßig oder nur privat handelt. Der Inhalt entscheidet hier! Die Regelung über die Impressumspflicht findet sich im jeweiligen Landespressegesetz (im LPrG-NW z. B. in § 8).

Davon zu unterscheiden ist die sogenannte „Anbieterkennzeichnung“, umgangssprachlich oft ebenfalls „Impressum“ genannt. Diese kann, muss sich aber nicht aus § 5 TMG ergeben. Aus § 5 TMG ergibt sie sich dann, wenn der Betreiber der Webseite oder des Angebotes als „Diensteanbieter geschäftsmäßig einen Teledienst“ anbietet. Das ist praktisch bei allen Webseiten oder ähnlichen Angeboten so, bei denen ein Unternehmen oder ein Unternehmer sich und seine Tätigkeit vorstellt. Es fallen jedoch auch viele private Webseiten hierunter, nämlich dann, wenn auf diesen Informationen „geschäftsmäßig“ zusammen getragen worden sind – also so, wie es ein Unternehmer auch tun würde. Unerheblich ist, ob es tatsächlich vergleichbare gewerbliche Seiten gibt – im Zweifel ist von einer Kennzeichnungspflicht auszugehen, sagt das Justizministerium.

Eine Pflicht zur Anbieterkennzeichnung kann sich schließlich auch aus § 312c I BGB in Verbindung mit Artikel 246, § 1 EGBGB ergeben. Dafür kommt es wiederum darauf an, dass die Webseite einem Unternehmer gehört, dieser sich an einen Verbraucher richtet und Gegenstand der Webseite der Abschluss von Fernabsatzverträgen (ugs. „Internetkauf“) ist. Dann kommt es auf das Vorliegen der obigen Punkte nicht an.

Praktisches Beispiel?

Gerne: Mein Blog unterfällt z. B. der „echten Impressumspflicht“ nach § 8 LPrG-NW, da es redaktionellen Inhalt enthält, sowie der Pflicht zur Anbieterkennzeichnung nach § 5 TMG, da ich geschäftsmäßig über mein Unternehmen informiere. Es unterfällt allerdings nicht der Pflicht zur Anbieterkennzeichnung nach § 312c I BGB, da ich keine Gelegenheit zum Abschluss von Fernabsatzverträgen biete. Ein klassischer Webshop dürfte dagegen eher nach den letzten beiden Normen kennzeichnungspflichtig sein, nicht aber nach LPrG, da er selten redaktionellen Inhalt enthält.

Zu allem Überfluss ist der Umfang der Informationspflichten aus diesen drei Vorschriften natürlich nicht gleich! Dies darzustellen, würde allerdings den Rahmen eines Blogartikels sprengen.

Streit herrscht wohl nach der o. g. Entscheidung noch darüber, ob die Verlinkung der Anbieterkennzeichnung über den von Facebook vorgesehenen Button „Info“ genügt, oder ob man sich extra einen „Impressumlink“ basteln muss. Das Gericht meinte offenbar, dass das Wort „Info“ gegen das Gebot der Klarheit verstoße, da nicht jeder Webnutzer hinter einer „Info“ das Impres-

sum vermutet. Auf der anderen Seite entspricht es ständiger Rechtsprechung, dass jedenfalls nicht zwingend das Wort „Impressum“ verwendet werden muss, sondern auch ein ähnlicher, allgemein verständlicher Begriff genügt. Dies könnte eigentlich auch das Wort „Info“ sein!? – Spätestens bei der nächsten Abmahnung eines Info-Buttons, die vor Gericht geht, wissen wir mehr.

<sup>1</sup> <https://openjur.de/u/237461.html>