

Darauf sollten Sie beim Webseitenimpresum achten, um Abmahnungen zu vermeiden

Das sind die gesetzlichen Grundlagen

Zwischenzeitlich kann man das Impressum schon als Sammelbecken für diverse gesetzliche Informationspflichten ansehen. Grundlage für das Impressum ist § 5 Telemediengesetz (TMG).

Sofern auf der Webseite redaktionell-journalistische Inhalte veröffentlicht werden, kommen noch die notwendigen Angaben gemäß § 55 Abs. 2 Rundfunkstaatsvertrag (RVStV) hinzu.

Klären Sie diese Zuständigkeiten

Da zwischenzeitlich auch andere Vorschriften Informationspflichten vorsehen, sollten Sie mit Ihrer Unternehmensleitung darüber sprechen, wer die Verantwortung dafür trägt, dass diese Angaben auch korrekt dargestellt werden. Beispiele hierfür sind für Dienstleister die Informationspflichten nach der Dienstleistungs-Informationspflichten-Verordnung (DL-InfoV) oder für Händler §§ 36, 37 Verbraucherstreitbeilegungsgesetz (VSBG).

Tipp: Absprachen schriftlich festhalten

Selbst wenn es in Ihrem Unternehmen üblich ist, auf Zuruf zu arbeiten, sollten Sie hier zu Ihrer Sicherheit darauf achten, dass Sie einen Nachweis über die Absprache haben; selbst wenn es nur eine kurze E-Mail ist: „Wie heute besprochen habe ich ... Wenn sich Änderungen ergeben ...“

Denn Fehler beim Impressum sind ein häufiger Abmahngrund und sollten von allen Verantwortlichen im Blick behalten werden.

Nicht nur die Webseite benötigt ein Impressum

Ein Punkt, der gern übersehen wird, ist, dass auch andere „Telemediendienste“ ein Impressum gemäß § 5 TMG benötigen. Darunter fallen z. B. Präsenzen in sozialen Netzwerken, Verkaufsplattformen (eBay, Amazon etc.) oder aber auch Apps für Smartphones und Tablets. Je nachdem, ob hierüber auch ein Verkauf o. Ä. stattfindet, kommen auch die anderen Vorschriften zur Geltung.

Einige soziale Netzwerke, u. a. Facebook und XING, haben Lösungen geschaffen, damit Ihr Unternehmen auch dort ein Impressum hinterlegen kann. Vergessen Sie also bitte nicht, auch zu prüfen, ob dort jeweils ein

korrektes Impressum hinterlegt ist.

Leichte Erkenn- und Erreichbarkeit

Ein weiterer wichtiger Punkt, den Sie hinsichtlich des Impressums beachten sollten, ist, dass dieses leicht erkennbar und unmittelbar erreichbar ist. Am einfachsten und praktikabelsten ist es in den meisten Fällen, wenn Sie das Impressum einfach oben in die Kopfzeile einfügen lassen.

Dann benötigt es sogar nur einen statt der 2 Klicks zum Abruf (Zwei Klicks, Bundesgerichtshof (BGH), Urteil vom 20.7.2006, Az. I ZR 228/03) und ein Scrollen ist eigentlich auch nicht nötig (Oberlandesgericht (OLG) München, Urteil vom 12.2.2004, Az. 29 U 4564/03).

Zudem ist das Impressum dann normalerweise auch über mobile Geräte aufrufbar, selbst wenn aufwendige Webseitenmenüs sich nicht öffnen lassen.

Oftmals steckt der Teufel im Detail

In einigen Zeitschriften und Foren wird darüber diskutiert, ob die Angaben im Impressum (teilweise) auch als Grafik dargestellt werden dürfen. Der gewünschte Effekt ist, dass Crawler-Programme die Daten nicht erfassen, um unerwünschte Werbung zu vermeiden.

Meine Empfehlung ist hier, möglichst darauf zu verzichten. Denn es gibt viele (technische) Gründe, warum das Bild und damit dann das gesamte Impressum oder die E-Mail-Adresse nicht angezeigt werden kann. Von technischen Problemen abgesehen könnte der Webseiten-Besucher das Laden von Grafiken blockiert haben oder das Dateiformat lässt sich auf einem mobilen Gerät nicht öffnen.

Zudem ist dadurch meist auch keine Barrierefreiheit mehr gewährleistet. All das wird einen Großteil nicht stören oder betreffen. Aber es reicht ja schon eine Person aus, die abmahnt. Unabhängig davon, ob ein Gericht dies dann bestätigt oder nicht:

Der Aufwand ist größer, als einmal im Jahr die E-Mail-Adresse im Impressum zu ändern. Wichtig ist nur, dass sichergestellt ist, dass dort eingehende E-Mails auch entgegengenommen und im Bedarfsfall bearbeitet werden.

Eigene E-Mail-Adresse fürs Impressum ratsam

Nutzen Sie für das Impressum lieber eine eigene E-Mail-Adresse, die Ihr Unternehmen ändern kann, wenn zu viel Spam eingeht. Zudem können Sie statt der direkten Angabe mit Leerzeichen arbeiten und statt dem @-Zeichen „< at >“ verwenden und dies dem Impressum-Besucher kurz erklären.

Kann Ihr Webseitenverantwortlicher auch den HTML-Code direkt ändern, könnten Sie als weitere Alternative vorschlagen, HTML- Kommentare einzufügen. Für den Besucher sieht die Adresse hier richtig aus, aber einige Crawler-Programme lassen sich damit sicherlich täuschen.

Tipp: mobile Homepage testen

Testen Sie Ihre Webseite auch mit mobilen Geräten wie Smartphones und Tablets, um sicherzugehen, dass auch darüber eine leichte Erkenn- und Erreichbarkeit gegeben ist.

Impressum: regelmäßige Wiedervorlage

Da immer wieder gerichtlich geklärt wird, wie bestimmte Angaben zu erfolgen haben, beispielsweise dass keine teuren Service-Rufnummern verwendet werden dürfen (Europäischer Gerichtshof, Urteil vom 2.3.2017, Az. C-568/15) oder neue gesetzliche Informationspflichten ihren Platz im Impressum finden, sollten Sie das Thema Impressum regelmäßig in der Wiedervorlage haben.

Notieren Sie sich am besten auch, an welchen anderen Stellen Ihr Unternehmen ein Impressum nutzt, z. B. Soziale Netzwerke, Newsletter, damit Sie bei Bedarf schnell handeln können.