

Wo und wie muss das Impressum im Internetauftritt zu finden sein?

Nachdem wir in [Teil 1 der Artikelreihe zum Impressum](#) für Sie erklärt haben, wer ein Impressum braucht und in [Teil 2 den notwendigen Inhalt des Impressums](#) erläutert haben, geht es im 3. Teil um die Frage, wo das Impressum denn zu finden sein muss.

Wurde ein vollständiges Impressum erstellt, muss das auch an der richtigen Stelle – z.B. auf Ihrer Internetseite – zu finden sein. Gemäß § 5 I TMG muss das Impressum leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein.

Impressum leicht erkennbar

Leicht erkennbar ist das Impressum, wenn der Internet-Nutzer das Impressum unter einer klaren Bezeichnung findet, wo er es erwartet.

Diskutiert wird, ob das Impressum leicht erkennbar ist, wenn das Impressum erst durch langes Scrollen sichtbar wird. Viele Internetseiten auch großer Unternehmen, haben ihr Impressum in der Fußzeile. Hier kann man sicher argumentieren, dass ein normaler Internet-Nutzer weiß, dass ein Impressum auch in der Fußzeile stehen kann. Um hier jegliche Diskussion zu vermeiden, müsste das Impressum in der Kopfzeile oder einer Hauptnavigation, die ohne Scrollen zu finden ist, eingebunden sein.

Das Impressum darf auch nicht nur als Grafik eingebunden sein, da es Nutzer, die nur mit Textbrowsern arbeiten, nicht lesen können. Insbesondere für Menschen mit Sehbehinderung wäre das Impressum nicht lesbar. Das Impressum muss auch auf einer mobilen App erkennbar sein. Für einen eBay-Shop hat das OLG Hamm mit Urteil vom 20. Mai 2010, I-4 U 225/09, entschieden.

Leicht erkennbar ist das Impressum nur, wenn der Nutzer es auch unter einer gängigen Bezeichnung findet. Von kreativeren Bezeichnungen sollte man absehen. Zwar wurde beispielsweise die Bezeichnung „mich“ durch das KG Berlin Beschluss vom 11.5.2007, 5 W 116/07, nicht beanstandet, aber z.B. die Bezeichnung „Backstage“ (Landgericht Hamburg, Urteil vom 26. August 2002, 416 O 94/02) oder „Info“ [OLG Düsseldorf Urteil vom 13. 8. 2013, I-20 U 75/13](#) bei einer Facebookseite waren nicht ausreichend. Daher sollte das Impressum auch klar bezeichnet sein: „Anbieterangaben“ – das ist die Bezeichnung im Gesetz – oder

GRUNDMANN HÄNTZSCHEL URHEBERRECHT

Gustav-Adolf-Straße 17
04105 Leipzig
Telefon: 0341/2 15 39 46
Telefax: 0341/2 15 39 84
post@hgra.de
www.hgra.de

„Impressum“ – das ist kürzer und versteht jeder – sind hier der sicherste Weg.

Impressum unmittelbar erreichbar

Für das Kriterium unmittelbar erreichbar gilt die „Zwei-Klick-Regel“ Das Impressum muss mit zwei Klicks von jeder Unterseite des Internetangebotes aus erreichbar sein.

Bei der „normalen Internetseite“ sollte – am besten in der Kopfzeile – auf jeder (Unter-) Seite das Impressum direkt anklickbar sein. Bei Social-Media-Plattformen kann die Impressumspflicht durch eine Verlinkung erfolgen. Wichtig ist, dass das Impressum über den Link innerhalb von zwei Klicks wirklich erreicht wird. Der Link muss „sprechend“ benannt sein, also die Bezeichnung „Impressum“ enthalten und klickbar sein.

Facebook bietet seit 2014 ein Impressumsfeld an, das auch genutzt werden sollte, um Abmahnungen zu vermeiden. Bei google+ gibt es kein Impressumsfeld, obwohl geschäftliche Profile auch auf dieser Plattform ein Impressum brauchen, Landgericht Berlin Beschluss vom 28.03.2013, 16 O 154/13.

Auf Unternehmensseiten gibt es bislang nur den Bereich Info, der nach der Rechtsprechung zu Facebook nicht ausreicht. Daher sollte im Profil als „Webadresse“ direkt das Impressum auf der Homepage mit einem sprechenden Link verbunden werden. In der google +- Präsenz steht dann auf der Startseite „www.beispielwebadresse/Impressum“.

Haben Sie Fragen zur Impressumspflicht oder brauchen Hilfe nach einer Abmahnung wegen fehlendem oder unvollständigem Impressum? Wir helfen Ihnen gerne.