

Facebook, Xing, Google+ & Co.

Impressumpflicht auch in sozialen Netzwerken

Social-Media-Netzwerke wie z. B. Facebook, Xing, Google+ und Twitter erfreuen sich allseits immer größer werdender Beliebtheit und werden vermehrt auch von Zahnärztinnen und Zahnärzten zu Marketingzwecken für die eigene Praxis genutzt.

Da ist es nicht verwunderlich, dass sich auch die Rechtsprechung zunehmend mit diesen neuen Werbepattformen zu beschäftigen hat. Zwei aktuelle Urteile befassen sich mit den Anforderungen an Unternehmenswerbung in sozialen Netzwerken und werden nachfolgend erläutert.

Voranzustellen ist, dass die Präsentation der Praxis in sozialen Netzwerken grundsätzlich zulässig ist. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass in diesem Rahmen ebenfalls die rechtlichen Vorgaben für zahnärztliche Werbung einzuhalten sind. So gelten insbesondere die Vorgaben der Berufsordnung, des Heilmittelwerbegesetzes und des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb (UWG). Demnach ist u. a. irreführende, reklamehafte und vergleichende Werbung verboten. Übertriebene Darstellungen und überzogene Anpreisungen sind ebenso unzulässig wie falsche oder irreführende Angaben. Maßstab der Praxiswerbung sollte daher immer die interessengerechte und sachangemessene Information des Patienten sein.

Darüber hinaus ist das Telemediengesetz zu berücksichtigen (TMG). Demnach gelten auch für die Präsentation der eigenen Praxis auf Seiten der Social-Media-Netzwerke die allgemeinen Informationspflichten des § 5 TMG, die unter den Bezeichnungen Anbieterkennung bzw. Impressumpflicht bekannt sind.

Das Landgericht Regensburg hat in seinem aktuellen Urteil vom 31.01.2013 (1 HK O 1884/12) bestätigt, dass eine Anbieterkennung auch für gewerbsmäßige Internet-Auftritte in sozialen Netzwerken erforderlich ist. Geklagt hatte ein Mitbewerber gegen einen Unternehmer auf Unterlassung der Betreibung eines Internetauftritts bei Facebook ohne Veröffentlichung erforderlicher Impressumsangaben nach dem Telemediengesetz. Das Gericht entschied, dass die Nichtveröffentlichung erforderlicher Angaben einen Wettbewerbsverstoß darstelle, denn diese Informationspflichten seien Marktverhaltensregelungen im Sinne des § 4 Nr. 11 UWG, da sie verbraucherschützend seien und für gleiche Wettbewerbsbedingungen sorgen.

Das Landgericht Aschaffenburg hat mit Urteil vom 19.08.2011 (Az. 2 HK O 54/11) zudem entschieden, dass eine permanente Verlinkung bei Facebook auf das Impressum der eigenen Website zulässig sei. Die nach § 5 Nr. 1 TMG erforderliche leichte Erkennbarkeit sei nach

der Entscheidung des Gerichts aber dann nicht gegeben, wenn der Internetnutzer nur über den Punkt „Info“ zur Webseite und damit zum Impressum gelange. Bereits in der Bezeichnung „Info“ liege ein Verstoß gegen § 5 TMG, da die leichte Erkennbarkeit nicht vorliege.

Für die praktische Anwendung ist demnach – ebenso wie bei der eigenen Internetseite – zu beachten, dass die erforderlichen Angaben für den Internetnutzer leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar dargestellt werden müssen. Wenn die Profilsseiten die Möglichkeit der Erstellung eines Impressums nicht vorhalten, ist Kreativität gefragt und man muss mit den bestehenden technischen Möglichkeiten eine geeignete Lösung für die Anbieterkennung einrichten.

*Dr. iur. Kathrin Janke
Ass. jur. Carolin Schnitker*

Hinweis der Redaktion:

Die erforderlichen Angaben, welche im Sinne des Verbraucherschutzes gefordert werden, können dem bereits im *Rheinischen Zahnärzteblatt* (RZB 6/2012, S. 328 f.) veröffentlichten Artikel (Praxis Webseite: Notwendige Änderungen des Impressums) entnommen werden. Das *Rheinische Zahnärzteblatt* kann online abgerufen werden auf der Homepage der Zahnärztekammer Nordrhein unter www.zahnärztekammernordrhein.de.