Viele Ärzte tappen in die Facebook-Falle

Autorin_Michaela Hermes, LL.M. (Medizinrecht), Rechtsanwältin

© Khakimullin Aleksandr

Die freundliche Aufforderung von Facebook: „Erstelle eine Facebook-Seite, um eine engere Beziehung zu deinem Publikum oder deinen Kunden aufzubauen", erfreut sich, auch in der Ärzte- und Zahnärzteschaft, wachsender Beliebtheit. Ohne größeren Aufwand können neue Vermarktungsstrategien verwirklicht werden. Einfach und schnell kann auf diese Weise mit Patienten und Kollegen kommuniziert werden. Mit wenigen Klicks und einigen Angaben ist die Seite fertig. Bei den Inhalten, die auf diesen sogenannten „Fanpages" gepostet werden, handelt es sich nicht um ein eigenes „Profil", sondern, so Facebook in seinen „Nutzungsbedingungen für Facebook-Seiten", um „öffentliche Informationen, die für jedermann verfügbar sind". Fließend wird dabei die Unterscheidung zwischen privater und gewerblicher Nutzung. Nun hat sich erstmalig ein Gericht (Landgericht (LG) Aschaffenburg, Urteil vom 19.08.2011, Az.: 2HK O 54/11) mit der Frage befasst, welche gesetzlichen Vorgaben für diese Seiten eingehalten werden müssen.

_Der Fall

Ein Unternehmer betrieb auf Facebook ein Infoportal, auf dem er u.a. über regionale Veranstaltungen, Kultur- und Ausgehtipps informierte. Die Angaben zum eigenen Auftritt waren knapp gehalten. Lediglich die wichtigsten Daten, wie Name, Adresse, E-Mail, Telefonnummer und ULR fanden sich auf der Seite. Unter dem Reiter „Info" hatte der Betreiber einen Link hinterlegt, der auf seine eigene kommerzielle Website führte. Erst auf dieser Seite fanden sich in einem Impressum die erforderlichen Angaben zum Anbieter. Ein Konkurrent mahnte den Unternehmer ab und bekam im einstweiligen Verfügungsverfahren vor dem LG Aschaffenburg recht. Der Facebook-Auftritt verstoße, so entschieden die Richter, gegen die Impressumspflicht nach § 5 Telemediengesetz (TMG).

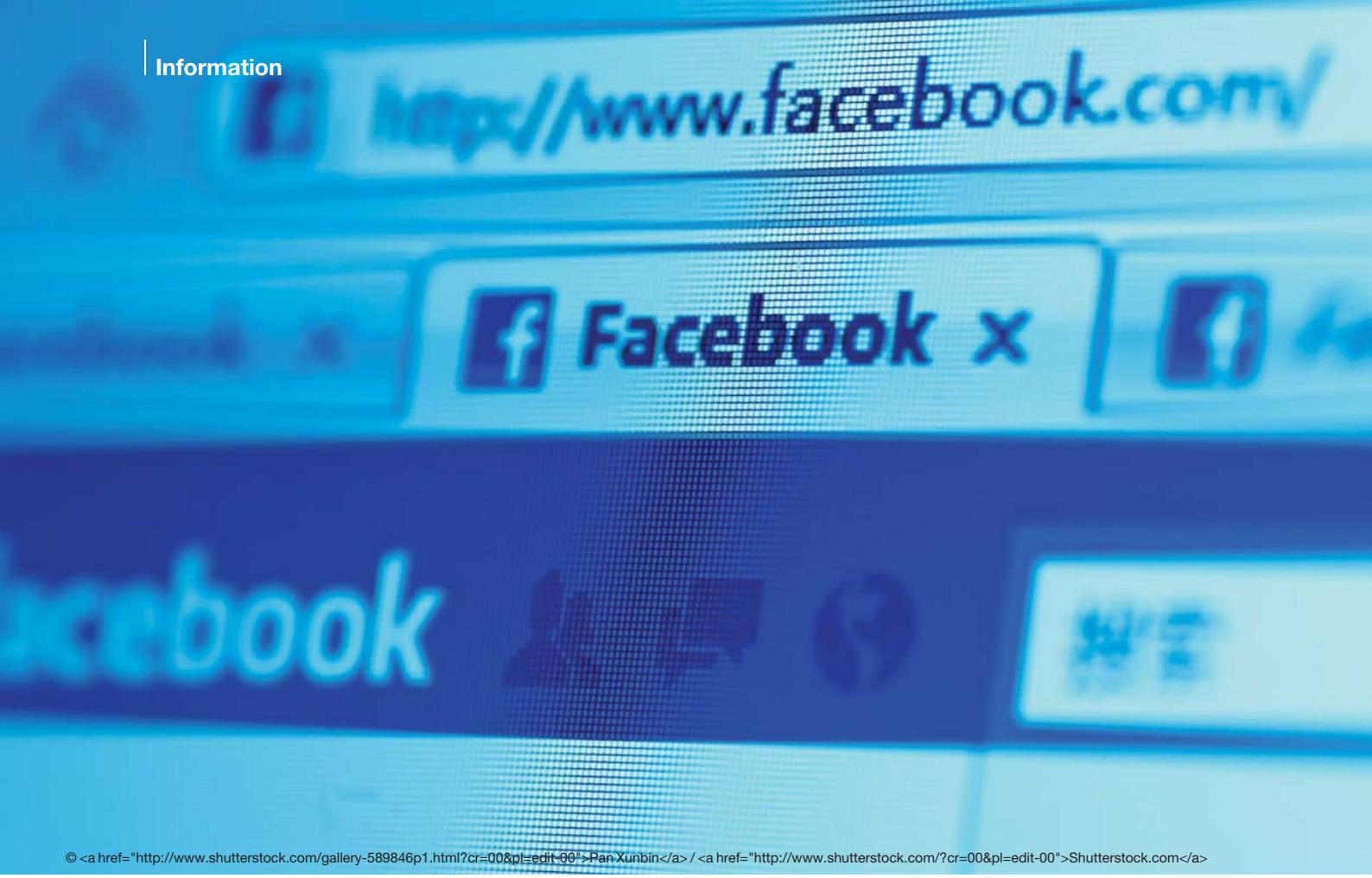
_Die Entscheidung

Würden Social-Media-Portale wie Facebook nicht nur rein privat, sondern auch zu Marketingzwecken genutzt, sei eine eigene Anbieterkennung vorzuhalten, entschied das LG Aschaffenburg. Der Facebook-Auftritt des abgemahnten Unternehmens genüge diesen gesetzlichen Anforderungen nicht. Zwar müsse, so räumt das LG Aschaffenburg ein, das Impressum nicht unter der gleichen Domäne wie das angebotene Telemedium zur Verfügung gestellt werden. Zulässig sei es, einen Link auf das Impressum der eigenen Website zu setzen. Allerdings erfülle hier der Link zum Menüpunkt „Info" nicht die Anforderungen des Telemediengesetzes. Denn die unter dem Feld „Info" hinterlegten Informationen seien dort für den Nutzer – entsprechend den Anforderungen des § 5 TMG –weder „einfach noch ef-

fektiv optisch" erkennbar, begründet das Gericht. Mangels Klarheit sehen die Richter einen Verstoß gegen die Voraussetzungen des § 5 TMG.

_Die Bewertung

Das Netzwerk Facebook gehört nun ebenso zu den impressumspflichtigen Telemedien wie bisher E-Mail-Newsletter und RSS-Feeds. Das war zu erwarten. Dabei dürfen sich die Anbieter über ihre Facebook-Seite mit der eigenen Website verlinken. Das geht nach der sogenannten „2-Klick-Regelung", die der Bundesgerichtshof (BGH, Urteil vom 20.07.2006, Az.: I ZR 228/03) aufgestellt hat, dann, wenn der Internetnutzer nicht mehr als zwei Mausklicks benötigt, um an die erforderlichen Angaben zu gelangen. Ohne auf die 2-Klick-Rechtsprechung des BGH einzugehen, reichte den Aschaffenburger Richtern der von Facebook bereitgestellte Menüpunkt „Info" nicht, um die Anforderungen des Telemediengesetzes zu erfüllen. Die Richter bezweifelten, dass Angaben, die in diesem Feld bereitgestellt werden, für den Nutzer leicht wahrnehmbar seien. Denn der Begriff sei, so argumentierten die Richter, ebenso wie die Bezeichnung „Nutzerinformationen" nicht klar und eindeutig definiert. Auszugehen ist nach der Rechtsprechung immer vom „durchschnittlich informierten und verständigen Verbraucher" (BGH, Urteil vom 20.10.1999, Az.: I ZR 167/97). Obwohl Facebook das Medium mit dem größten Bekanntheitsgrad ist und laut einer Online-Umfrage der Deutschen Gesundheitsauskunft von etwa zwei Dritteln der befragten Selbstständigen täglich oder in unregelmäßiger Folge genutzt wird, scheinen die Richter den Nutzern nicht allzu viel zuzutrauen. Viel Auswahl haben die Nutzer tatsächlich nicht. Sie



© Pan Xunbin / Shutterstock.com

können nur zwischen den angebotenen Menüpunkten „Pinnwand (Chronik), Info, Notizen, Fotos" wählen.

_Hinweise für die Praxis

Sollte eine Facebook-Seite von Ärzten oder Zahnärzten nicht nur privat, sondern auch beruflich genutzt werden, muss in einem Impressum über den Anbieter informiert werden. Da zum jetzigen Zeitpunkt nicht sicher ist, ob die Internetpräsenz einer rechtlichen Überprüfung standhält oder ob gegebenenfalls Abmahnungen zu befürchten sind, müsste der Arzt oder Zahnarzt, um eine Abmahnung sicher zu vermeiden, seine beruflich genutzte Facebook-Präsenz abstellen. Es wird wohl noch einige Zeit vergehen, bis Facebook, Google+ und Twitter so rechtssicher gestaltet werden können, dass sie auch gefahrlos für Werbezwecke genutzt werden können.
Möchte der Arzt oder Zahnarzt trotzdem nicht auf die Nutzung des sozialen Netzwerkes verzichten, sind folgende Alternativen denkbar:
Es könnte ein direkter mit „Impressum" benannter Link eingerichtet werden, der auf das Impressum der eigenen Website führt. Verwendet der Betreiber der Seite unterschiedliche Namen oder Firmenbezeichnungen, muss klar sein, auf welche Telemedien sich das Impressum bezieht. So kann in einem Website-Impressum angegeben werden, wer für welche Telemedien verantwortlich ist. Eine zulässige Alternative wäre auch, individuelle Fanseiten-Reiter zu erstellen. Schließlich besteht die Möglichkeit, in einer dauerhaft am Rand eingeblendeten Info-Box sichtbar auf den Betreiber der Seite hinzuweisen. In der neuen Chronik scheint die Info-Box nun besser platziert zu sein.
Zu beachten ist jedoch, dass einige dieser Alternativen oft dann nicht mehr funktionieren, wenn der Nutzer mit einem mobilen Gerät auf die Seite zugreift, da nicht alle Anwendungen die zusätzlichen Reiter oder die Info-Box anzeigen. Das führt zu dem misslichen Ergebnis, dass sich hier wiederum die in § 5 Abs. 1 TMG verlangte „leicht erkennbare" und „unmittelbar erreichbare" Bereitstellung von Informationen über den Anbieter mangels ständiger Verfügbarkeit nicht mit dem Telemediengesetz in Einklang bringen lässt. Denn bei der rechtssicheren Gestaltung der Seiten muss ebenso die Abrufbarkeit durch mobile Endgeräte, wie dem Apple iPhone oder dem iPod Touch, berücksichtigt werden. So hat das OLG Hamm (Urteil vom 20.05.2010, Az.: I-4 U 225/09) entschieden, dass der Anbieter auch dann für seinen Internetauftritt verantwortlich ist, wenn er den Zugriff durch Endgeräte optimiert und zur Verfügung gestellt hat.
Den eigenen geschäftlich genutzten Auftritt in Social-Media-Portalen rechtssicher auszugestalten, ist insoweit noch nicht möglich. Die digital vernetzte Welt ist der Rechtsprechung wieder einmal mit Siebenmeilenschritten davongelaufen. An diesem Punkt heißt es also nur, abzuwarten bis Facebook sich eine benutzerfreundliche und rechtssichere Oberfläche gibt._

_Autorin digital dentistry

Michaela Hermes, LL.M. (Medizinrecht)
Rechtsanwältin
Kanzlei RATAJCZAK & PARTNER Rechtsanwälte
Berlin · Essen · Freiburg im Breisgau · Jena · Meißen · München · Sindelfingen
Posener Straße 1
71065 Sindelfingen
Tel.: 07031 9505-0
Fax: 07031 9505-99
E-Mail: hermes@rpmed.de
www.rpmed.de