

ABMAHNFALLE „INTERNETAUFTRITT“

(STAND: November 2024)

Was ist beim Internetauftritt alles zu beachten

Die eigenen Webseiten sowie Social Media Auftritte sind die beste Außendarstellung für alle Hoteliers und Gastronomen. Da das Internetangebot für alle Personen erreichbar ist, gehen damit auch Risiken zum Verstoß gegen gesetzliche Vorgaben einher. Um Abmahnungen oder Schadensersatzforderungen zu vermeiden, sollten nachfolgende Anforderungen erfüllt sein.

Besucher von Webseiten und firmeneigenen Social-Media-Diensten (Facebook Fanpage, Instagram, LinkedIn etc.) sind rechtzeitig und in geeigneter Form auf die Speicherung, Nutzung und Übermittlung von personenbezogenen Daten an Dritte hinzuweisen. Ein **Impressum** gemäß [§ 5 Digitale-Dienste-Gesetz \(DDG\)](#) sowie eine **Datenschutzerklärung** auf Grundlage [Art. 13 DSGVO](#) sind so einzubinden, dass sie von jeder Seite aus abrufbar sind.

Informationspflichten

Wenn das Hotel oder Restaurant eine oder mehrere Webseiten anbietet, tritt es als Dienstanbieter gemäß Digitale-Dienste-Gesetz (DDG) auf. Entsprechend kommen auf das Hotel zunächst „**Allgemeine Informationspflichten**“ (**Impressum**) zu.

Gemäß § 5 DDG gehören zu den allgemeinen Angaben:

- den **Namen und die Anschrift**, unter der sie niedergelassen sind, bei juristischen Personen zusätzlich die
- **Rechtsform**, den Vertretungsberechtigten und, sofern Angaben über das Kapital der Gesellschaft gemacht werden, das Stamm- oder Grundkapital sowie, wenn nicht alle in Geld zu leistenden Einlagen eingezahlt sind, der Gesamtbetrag der ausstehenden Einlagen
- Angaben, die eine **schnelle elektronische Kontaktaufnahme** und unmittelbare Kommunikation mit ihnen ermöglichen, einschließlich der Adresse der elektronischen Post
- das **Handelsregister**, Vereinsregister, Partnerschaftsregister oder Genossenschaftsregister, in das sie eingetragen sind, und die entsprechende **Registernummer**
- in Fällen, in denen sie eine **Umsatzsteueridentifikationsnummer** nach § 27a des Umsatzsteuergesetzes oder eine Wirtschafts-Identifikationsnummer nach § 139c der Abgabenordnung besitzen, die Angabe dieser Nummer
- bei Aktiengesellschaften, Kommanditgesellschaften auf Aktien und Gesellschaften mit beschränkter Haftung, die sich in **Abwicklung oder Liquidation** befinden, die Angabe hierüber.

Weitere Informationspflichten kommen auf den Webseitenbetreiber zu, wenn personenbezogene Daten direkt oder indirekt erhoben werden. Das fängt bei den Kontaktfeldern und Online-Reservierungen an und endet bei Protokolldaten (IP-Adresse, verwendeter Browser, etc.) und der Nutzung von Trackingtools (z.B. Google Analytics, Cookies, ...). Die Nutzung und ggf. Weitergabe der erhobenen Daten an Dritte sind genau und in verständlicher Form zu beschreiben. **Seiner zusätzlichen Informationspflicht kommt der Webseitenbetreiber in einer Datenschutzerklärung nach.**

Beachte | Genau wie das Impressum auch, muss die Datenschutzerklärung von jeder Seite aus erkennbar und leicht erreichbar sein. Aus diesem Grund ist abzuraten, die

Datenschutzerklärung im Impressum oder bei den AGB zu integrieren, sondern diese sollte als eigene Seite im Internetauftritt erscheinen.

Urheberrechtsschutz

Unerlaubte Veröffentlichung und Nutzung von Fotos und Grafiken auf der Webseite oder auch in Flyern können Ansprüche auf Unterlassung, Beseitigung, Zahlung eines angemessenen Lizenzentgeltes und Schadenersatzanspruches auslösen ([§§ 2 UrhG](#)). Ebenfalls unterliegt die Verwendung von Musik, wie z.B. als Hintergrundmusik auf der Webseite, dem Urheberrechtsschutz und ist entsprechend zu melden.

Sollten Fotos oder Filme mit Personen anfertigen lassen oder diese auch selbst anfertigen, um diese auf der Webseite oder in sozialen Netzwerken, aber auch in anderen Printmedien zu veröffentlichen bzw. zu posten, ist das Recht des Gastes oder auch Mitarbeiters am eigenen Bild gem. [§§ 22, 23 KunstUrhG](#) zu beachten. Für diese Fälle wird immer eine individuelle Einwilligungserklärung vom Abgebildeten benötigt. Wenn mehrere Personen auf einem Bild abgebildet werden, ist von jeder einzelnen Person das Einverständnis einzuholen. Ein Gruppenrecht gibt es nicht, Ausnahmen bestehen nur bei Personen aus dem öffentlichen Leben.

Verwendung von Cookies auf der Webseite

Wenn auf der Webseite **Cookies** oder andere **Scripte** verwendet werden, ist dies dem **Nutzer mitzuteilen**. §§ 25, 26 Telekommunikation-Digitale-Dienste-Datenschutz-Gesetz (TDDDG) regeln die Pflicht zum Einsatz von Consent Managern (Cookiebanner). Sowohl die Nutzung von **Analyse- und/oder Trackingtools** als auch die Nutzung von Cookies, Scripten und Add-on, welche Daten beim Aufruf der Webseite an Dritte übermitteln, bedürfen der **Einwilligung durch den Webseitenbesucher**. Einwilligungsfrei sind nur Cookies und Scripte, welche für die Darstellung der Webseite notwendig sind.

Für das Einwilligungsmanagement ist eine **Consent Manager Plattform (CMP)** auf der Webseite oder im GoogleTagManager einzubinden. Mit der Einbindung des Consent Managers muss auch geprüft werden, ob eventuell Dienste von Drittanbietern mit eingebunden wurden. Der Consent Manager deckt diese in der Regel nicht mit ab, da der Aufruf der Dienste über eine andere Internetplattform erfolgt. In diesem Fall ist eine Klärung mit dem Dienstleister erforderlich. Es empfiehlt sich, entweder die einwilligungspflichtigen Tracking- und Marketingdienste vom Systemanbieter entfernen zu lassen oder die Einbindung einer eigenen Consent Lösung durch den Dienstleister zu veranlassen. Nachfolgend die wichtigsten Funktionalitäten, welche Sie bei der Auswahl eines geeigneten Consent Manager prüfen sollten:

- Der Consent Manager sollte zu jeder Zeit von jeder Seite aus erreichbar sein.
- Die Einstellungen, die man als Nutzer tätigt, sollten zu einem späteren Zeitpunkt ohne große Probleme geändert werden können. Dies ist erforderlich, wenn beim Surfen auf der Webseite festgestellt werden sollte, dass zuvor abgewählte Dienst wie z.B. Google Maps oder YouTube für die weitere Nutzung notwendig sind.
- Die Anforderungen an eine gleichrangige und gleichfarbige Gestaltung der Auswahlbutton sollten unterstützt werden.
- Cookies sind in Gruppen zu kategorisieren.
- Eine individuelle Auswahl innerhalb einer Kategorie sollte möglich sein. Es sollte jedem Nutzer möglich sein, individuell Cookies zuzulassen oder abzuwählen. Die Grundeinstellung sollte zunächst alle, außer die technisch notwendigen Cookies blockieren.
- Zusätzliche Informationen zu den eingesetzten Cookies sollten abrufbar sein. Der Nutzer ist über deren Zweck zu informieren, um in der Lage zu sein, eine Entscheidung zu treffen.

- Es sollte ein Link zur Datenschutzerklärung der Webseite und eventuell zum CMP-Anbieter vorhanden sein. Von Vorteil ist es, wenn der Consent Manager zudem eine integrierte Cookie Policy anbietet, um auf einen Blick Informationen zu den eingesetzten Cookies inkl. der Speicherdauer zu erhalten.
- Der Google Tag Manager stellen Anbieter schnell vor immer neuen Herausforderungen. Soweit bspw. der Google Tag Manager auf der Webseite zum Einsatz kommt/kommen soll, ist bei der Wahl des Consent Managers zu prüfen, ob dieser entweder (I) den Google Tag Manager komplett blockiert, (II) im HTML-Code eingebunden werden kann oder (III) im Google Tag Manager eingebunden werden kann.
- Änderungen auf der Webseite sollten regelmäßig geprüft werden, sog. Cookie-Crawler kommen hier zum Einsatz.

Texte sollten im Consent Manager durch den Webseitenbetreiber individuell angepasst werden können. Das kann für die rechtskonforme Information erforderlich sein.

Social Media (Web 2.0)

Soziale Medien verändern die Prinzipien der Kommunikation. Aus dem klassischen „in-eine-Richtung-Kommunizieren“ entwickelt sich eine Vielfalt an Kommunikationswegen mit vielen Sendern von Botschaften.

Hotels und Restaurants bieten sich daraus die Chancen, Nutzer schneller und besser zu erreichen, um diese z.B. über Angebote zu informieren und eine Bindung zu ihnen aufzubauen. Da die Trennung von beruflichem und privatem Auftreten bei der Nutzung sozialer Medien nur schwer möglich ist, ist es notwendig, sich über gemeinsame Regeln für die Nutzung der sozialen Medien zu verständigen (z.B. Darstellungen von persönlichen Meinungen, Veröffentlichung von Bildern, ...). Nur so ist ein erfolgreicher und gesetzeskonformer Einsatz von Kommunikation in den sozialen Medien möglich und die einzelnen Nutzer können Orientierung für ihr Handeln erhalten.

Offizielle Web 2.0-Angebote (z.B. auch firmenbezogene LinkedIn-Accounts, Blogs, Facebook-Fanseiten etc.) sollten immer mit der Geschäftsleitung bzw. wenn vorhanden mit dem Bereich Sales & Marketing, eCommerce sowie dem PR Department abgestimmt werden. Die Einrichtung offizieller Accounts erfolgt im Namen des Hotels bzw. Restaurants. Soweit ein Firmen-Account eingerichtet wird (z.B. Facebook-Fanseite), empfiehlt es sich, bei der Benutzerverwaltung darauf zu achten, verschiedene Rechte (Administrator, Redakteur, Moderator) zu vergeben. Denken Sie daran: Der Mitarbeiter, der die Facebook-Fanseite eventuell angemeldet und eingerichtet hat, wird nicht ewig im Unternehmen tätig sein.

Die Besucher von firmeneigenen Social Media Diensten sind rechtzeitig und in geeigneter Form auf die Speicherung, Nutzung und Übermittlung von personenbezogenen Daten an Dritten hinzuweisen. Ein Impressum gemäß § 5 DDG sowie ein Link auf die Datenschutzerklärung der eigenen Webseite ist einzubinden. In der Datenschutzerklärung sind die Social Media Dienste zu beschreiben.

Bei Fragen oder Unklarheiten bieten wir als Fördermitglied der Dehoga Berlin gern unsere Unterstützung an.