



Kennzeichnung von Werbung

Ob hinter Beiträgen von Influencern kommerzielle Absichten stehen, können vor allem junge Follower oft nicht so leicht erkennen. Besonders wichtig ist es daher, dass Influencer solche Beiträge als Werbung kennzeichnen. Kennzeichnungspflichtig sind z. B. Beiträge, für die der Influencer eine Bezahlung oder Gegenleistung bekommt. Das gilt auch, wenn die Veröffentlichung an Vereinbarungen oder Bedingungen geknüpft ist. Auch Beiträge mit Rabattcodes, Affiliate Links oder anderen werblichen Links, z. B. zu Online-Shops oder Produktseiten, müssen als Werbung gekennzeichnet sein. ^[1]

Werbliche Kooperationen

Sie müssen als Werbung gekennzeichnet sein, wenn...

- ... ein/e Produkt/Marke/Dienstleistung in den Beiträgen platziert ist und in den Posts auftaucht bzw. immer wiedervorgestellt wird und der Influencer eine Gegenleistung bekommt (z. B. Geld, aber auch andere Vorteile, kostenlose Produkte, Reisekosten, Eventeinladungen etc.)
- ... eine Marke gut erkennbar dargestellt ist, z. B. auf Gegenständen oder Kleidung und der Influencer sie vorstellt und zum Kauf anregt.
- ... der Influencer ein Produkt in seinen Alltag/Tagesablauf einbindet und es empfiehlt, indem er einen persönlichen Bezug herstellt oder sogar einen Rabattcode gibt.

Eigene Marken, Produkte und Merchandise

Sie müssen als Werbung gekennzeichnet sein, wenn...

- ... der Influencer eigene Produkte, z. B. eine Kosmetikserie oder Kleidung, vorstellt und empfiehlt. Verfolgt er damit eine klare kommerzielle Absicht, muss der Beitrag gekennzeichnet sein.
- ... der Influencer eigene Produktlinien bei bekannten Marken vorstellt und empfiehlt (z. B. Schmuck oder Mode).
- ... der Influencer bei eigenen Kollektionen zur Hauptmarke verlinkt, mit der er zusammenarbeitet.

Werbliche Links, Affiliate Links und Rabattcodes

Sie müssen als Werbung gekennzeichnet sein, wenn...

- ... man über Sticker oder verlinkte Tags in Bildern oder Videos direkt zu einer Produkt-Website oder einem Online-Shop geleitet wird.
- ... im Beschreibungstext unter dem Video Links zu Websites stehen, auf denen Produkte aus dem Video erhältlich sind oder direkt zum Online-Shop.
- ... der Influencer Rabattcodes vergibt und direkt zu einer Website verlinkt, auf der man das Produkt kaufen kann.

Videos und Podcasts

Sie müssen als Werbung gekennzeichnet sein, wenn...

- ... das Produkt den Beitrag in der Hauptrolle dominiert und es sich um einen insgesamt werblichen Beitrag handelt. Dann muss der Beitrag mit einer Dauereinblendung (z. B. „Werbevideo“) versehen werden. Bei Audioinhalten erfolgt die Kennzeichnung durch einen akustischen Hinweis vorab, z. B. ein Jingle.
- ... das Produkt eine Nebenrolle spielt, z. B. in Form von Produktplatzierungen und nur beiläufig erwähnt oder gezeigt wird. Die Kennzeichnung muss zu Beginn des Beitrags erfolgen, z. B. „enthält Produktplatzierung“.
- ... eine Sendung durch einen Sponsor unterstützt wird. Der Hinweis auf den Sponsor sollte aber keine Kaufappelle, Erwerbsmöglichkeiten oder Rabattcodes enthalten.

Wie muss die Kennzeichnung von Werbung aussehen?

Es muss auf den ersten Blick zu erkennen sein, dass es sich bei einem Beitrag um Werbung handelt. Die Kennzeichnung muss daher schon am Anfang eines werblichen Beitrags oder Textes und in allen betreffenden Texten, Bildern oder Videos enthalten sein (z. B. auch mehrere Slides in einer Instagram-Story). Bei Texten muss die Kennzeichnung entweder oberhalb oder unmittelbar unterhalb der Überschrift erfolgen. Bei reinen Bildbeiträgen ohne Text muss sie als deutlich sichtbarer grafischer Hinweis im Bild zu sehen sein. Sie muss deutlich sein, nicht zu klein und nicht in transparenter Schrift. Die Kennzeichnung kann z. B. durch die Bezeichnung „Werbung“ oder „Anzeige“ oder „bezahlte Werbepartnerschaft“ erfolgen. Unklare Wortschöpfungen („Infomercial“, „Advertorial“), Abkürzungen („AZ“, „ad“) oder anderweitige, auch fremdsprachige Umschreibungen wie „sponsored by“ oder „PR sample“, reichen nicht aus.

Quellenangaben

[1] Die Medienanstalten – ALM GbR (Hrsg.) (2021): Werbekennzeichnung bei Online-Medien. Leitfaden der Medienanstalten. Internet: www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/die_medienanstalten/Service/Merkblaetter_Leitfaeden/ua_Leitfaden_Medienanstalten_Werbekennzeichnung_Online-Medien.pdf [Stand: 05.12.2022]

Der Text basiert auf den Hintergrundinformationen der bereits bestehenden Unterrichtseinheit „Liken, posten, teilen – Social-Media-Angebote hinterfragen und sicher nutzen“ des Medienführerscheins Bayern für den Bereich der sonderpädagogischen Förderung. Die Materialien sind abrufbar unter www.medienfuehrerschein.de. Die Entwicklung wurde gefördert durch die Bayerische Staatskanzlei.