



# Kennzeichnung von Werbung

Kommerzielle Absichten hinter Beiträgen von Influencern zu erkennen, ist vor allem für junge Follower oft eine Herausforderung. Besonders wichtig ist daher die Kennzeichnung als Werbung. Kennzeichnungspflichtig sind z. B. Beiträge, die gegen Bezahlung oder eine Gegenleistung veröffentlicht werden. 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, selbst wenn sie keinen expliziten Kaufappell enthalten.<sup>[1]</sup>

## Wie muss die Kennzeichnung von Werbung aussehen?

Die Kennzeichnung kann, neben „Werbung“ oder „Anzeige“, auch durch den vorangestellten Zusatz „bezahlte Werbepartnerschaft“ erfolgen. Nicht ausreichend sind unklare Wortschöpfungen („Infomercial“, „Advertorial“), Abkürzungen („AZ“, „ad“) oder anderweitige, ggf. fremdsprachige Umschreibungen wie „sponsored by“ oder „PR sample“ etc. Es muss auf den ersten Blick zu erkennen sein, dass es sich bei einem Beitrag um Werbung handelt. Die Kennzeichnung muss daher schon zu Beginn eines werblichen Beitrags oder Textes und in allen betreffenden Texten, Bildern oder Videos enthalten sein (z. B. auch mehrere Slides in einer Instagram-Story). Die Kennzeichnung muss 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.

## 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.

## 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.

## 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.

## 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.

### Quellenangaben

---

[1] Die Medienanstalten – ALM GbR (Hrsg.) (2021): Werbekennzeichnung bei Online-Medien. Leitfaden der Medienanstalten. Internet: [www.diemedienanstalten.de/fileadmin/user\\_upload/Rechtsgrundlagen/Richtlinien\\_Leitfaeden/ua\\_Leitfaden\\_Medienanstalten\\_Werbekennzeichnung\\_OnlineMedien.pdf](http://www.diemedienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Richtlinien_Leitfaeden/ua_Leitfaden_Medienanstalten_Werbekennzeichnung_OnlineMedien.pdf) [Stand: 18.03.2022]

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](http://www.medienfuehrerschein.de). Die Entwicklung wurde gefördert durch die Bayerische Staatskanzlei.