



medien
mittwoch

[_www.medienmittwoch.de](http://www.medienmittwoch.de)

_Dokumentation
**Marketing und Video
Content**

161. MedienMittwoch
11.04.2018



**medien
mittwoch**

**Eine Expertenrunde zu „Influencer und Video Content“
am 11. April 2018 in der Evangelischen Akademie
Frankfurt mit:**

Joachim Becker,

Direktor,
Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue
Medien (LPR Hessen)

Christina Kiel,

Rechtsanwältin (Syndikusrechtsanwältin) und
Mitglied der Geschäftsleitung, Wettbewerbszentrale

Martin Widenka,

Head of Social Media Continental Europe,
Thomas Cook

Moderation: **Melek (M3lly) Balgün**





medien
mittwoch

_Die Anfänge

Einfach gemacht und ausprobiert

2014, als das Influencer-Marketing noch in den Anfängen steckte, hat Bianca „Bibi“ Heinicke für den Reiseanbieter NUR ihr Publikum unter dem Motto “Follow me around” auf eine Türkei-Reise mitgenommen und dabei fröhlich NUR-Kataloge geschwenkt. Das Video war nicht als Werbung gekennzeichnet, “wir haben das damals einfach gemacht und ausprobiert”, erzählt [Martin Widenka](#).





medien
mittwoch

_Die Gegenwart
Kennzeichnungspflicht



medien
mittwoch

Die Zeiten sind längst vorbei, die Regularien in Sachen Werbung eindeutig: Was in **§ 58 des Rundfunkstaatsvertrags** festgeschrieben ist, gilt auch für die Verbreitung von Inhalten in den Sozialen Medien: Werbung muss als solche klar erkennbar und vom übrigen Inhalt der Angebote eindeutig getrennt sein; das Wettbewerbsrecht und das Telemedienrecht fordern dies deutlich, unterstreicht **Christina Kiel**.

„Der kommerzielle Zweck einer geschäftlichen Handlung muss erkennbar sein. Der Verbraucher darf nicht über die Art des Beitrages getäuscht werden. Handelt es sich um Werbung, muss dies transparent gemacht werden.“





medien
mittwoch

**Schadet Kennzeichnung
dem Image einer Marke
bzw. dem Influencer?**

Abgesehen davon, dass das für die rechtliche Betrachtung keine Rolle spielt, ist **Joachim Becker** davon überzeugt, dass dies nicht der Fall ist: Für Influencer seien Authentizität und Glaubwürdigkeit charakteristisch. Die Kennzeichnung von Werbung entspreche dem und tue der Glaubwürdigkeit keinen Abbruch.“

Martin Widenka erzählt, dass die Werbekennzeichnung des mit Bibi produzierten Contents zu positiven Reaktionen geführt habe. Die Marktforschung habe ergeben, dass die Antwort auch abhängig von der jeweiligen Generation sei: So hätten junge Zuschauer gesagt, dass die Inhalte, die dem Bibi-Beitrag vorgeschaltet sind, Werbung seien, das Bibi-Video selbst, hingegen nicht.





medien
mittwoch

**Folgen eines Verstoßes gegen
die Kennzeichnungspflicht ...**



medien
mittwoch

... sind u.a. im **Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)** geregelt. Demnach können gegen Unternehmen bzw. Influencer, die Werbung nicht als solche kennzeichnen, Ansprüche geltend gemacht werden auf:

- **Beseitigung und Unterlassung (§ 8)**
- **Schadensersatz (§ 9).**





medien
mittwoch

**Wie reagiert die
Wettbewerbszentrale
auf Verstöße?**



medien
mittwoch

“Die Zahl der Beschwerden nimmt zu”, hat **Christina Kiel** beobachtet. Es meldeten sich vor allem Verbraucher bei der Wettbewerbszentrale. Mittlerweile gingen aber auch zunehmend Beschwerden von Influencern ein, die nicht gekennzeichnete Videos von Wettbewerbern meldeten.

Die über die Wettbewerbszentrale eingeleiteten Verfahren würden, so Christina Kiel, ganz überwiegend außergerichtlich beigelegt.





medien
mittwoch

**Wie reagiert die LPR Hessen
auf Verstöße?**



medien
mittwoch

Joachim Becker sieht in erster Linie bei neuen, unerfahrenen Influencern Verstöße. Die großen, bereits bekannten Influencer gäben sich hier keine Blöße mehr.

Becker führt aus, dass in der Regel ein Anruf, in dem der Sachverhalt erläutert würde, ausreiche; überwiegend werde unmittelbar darauf reagiert.

Gleichwohl können drastische Strafen verhängt werden. Es gibt für Joachim Becker keinen Grund, hier Verstöße im Internet anders zu behandeln als Verstöße bei Fernsehsendern.





medien
mittwoch

**Wo können Verstöße
gemeldet werden?**



medien
mittwoch

Bei der **LPR Hessen** und der **Wettbewerbszentrale** gibt es die Möglichkeit, **online Beschwerden** zu melden:

<http://www.lpr-hessen.de/aufsicht/telemedien/beschwerdeformular/>

<https://www.wettbewerbszentrale.de/de/beschwerdestelle/beschwerdeformular/>





medien
mittwoch

Nachgefragt



**medien
mittwoch**

Die bestehenden Regelungen wurden zum Schutz des Wettbewerbs und der Verbraucher getroffen. Wenn jedoch von einem werblichen Inhalt durch Form und Umfeld der Präsentation auszugehen sei, dann hat eine Kennzeichnung nicht zwingend zu erfolgen.

“Spricht ein Unternehmen auf Facebook oder Instagram über seine Produkte, kann ich erwarten, dass dies werblich ist, ergo: keine Kennzeichnung”, fasste **Christina Kiel** zusammen.

Weiteres Beispiel:

Müsste ein werblicher Tweet von Ronald McDonald für McDonald's als Werbung gekennzeichnet werden? Wohl nicht. Bei einer für nur eine Marke derart bekannte Werbefigur dürfte dem Verbraucher klar sein, dass es sich um Werbung handelt.





medien
mittwoch

**Kinder:
Im Fernsehen besser geschützt
als im Internet**

Joachim Becker: Während der Rundfunkstaatsvertrag in § 7a Sendungen für Kinder besonders schützt (“Sendungen für Kinder dürfen nicht durch Werbung oder Teleshopping-Spots unterbrochen werden”), gibt es keine vergleichbare Regelungen für Social Media.

Christina Kiel verwies auf ein Urteil des Landgerichts Hagen, das im Fall eines nicht gekennzeichneten, gleichwohl werblichen Instagram-Posts nicht nur einen Verstoß gegen das UWG sah, sondern im Urteil auch auf die höheren Ansprüche abhob, die die Kommunikation mit Jugendlichen und Kindern bedeuteten: **“Da Kinder im Vergleich zu Erwachsenen weniger aufmerksam und lesegeübt sind, sind an die Kennzeichnung als Werbung deutlich höhere und kindgerechte Anforderungen zu stellen”**, zitierte das Gericht aus Köhler/Bornkamm, UWG, 35. Aufl. 2017.





medien
mittwoch

**Eine Frage der
Medienkompetenz**



medien
mittwoch

Für **Joachim Becker** stellt sich hier ganz klar die Aufgabe, **in Sachen Medienkompetenz zu schulen.**

Dies übernehme die LPR Hessen in vielfältiger Form und bietet u.a. eine Vielzahl von Projekten an, die gerade Kinder und Jugendliche fit machen sollen im Umgang mit den elektronischen Medien. Auch Erzieher, Lehrkräfte und Eltern stehen im Mittelpunkt der Aktivitäten, denn sie sind ganz nah dran an den jungen Mediennutzern.





medien
mittwoch

Weiterführende Informationen



**medien
mittwoch**

Die **LPR Hessen** und **Wettbewerbszentrale** stellen online Leitfäden und FAQs zur Verfügung:

http://bit.ly/FAQ_InfluencerWerbung

http://bit.ly/Wettbwz_InfluencerFAQ





**medien
mittwoch**

Unterstützt von:

**HOPPENSTEDT
RECHTSANWÄLTE**



**EVANGELISCHE
AKADEMIE
FRANKFURT**

Fotos: Natalie Färber / LIQUID
Kommunikationsdesign

_Sponsoren



medien
mittwoch

—Danke.

In Kooperation mit

 **LPR**
h e s s e n