

eXpertentipp

Werben auf Social Media



Stefan Adametz ist unter anderem Experte für Social-Media-Recht und E-Commerce bei Fellner Wratzfeld & Partner (fwp).

Neben der klassischen Print-, Radio- und Fernsehwerbung kommt der Werbung auf Social Media immer größere Bedeutung zu. Hierbei müssen allerdings ein paar Spielregeln eingehalten werden:

Liegt Werbung vor, muss der Beitrag mit „Werbung“ oder „Anzeige“ gekennzeichnet werden, denn der werbliche Charakter ist nicht für alle Nutzer offensichtlich. Dies gilt umso mehr, als das Geschäftsmodell von Influencern darin besteht, kommerzielle mit privaten Posts zu mischen. Der Hinweis ist an den Anfang des jeweiligen Beitrags zu stellen; nicht ausreichend sind Hashtags wie „#ad“, „#sponsored-by“ oder „#poweredby“ – vor allem, wenn diese in einer Hashtagwolke am Ende des Beitrags stehen. Auch die Hinweise „Sponsored Content“, „In Zusammenarbeit mit“ oder „Mit freundlicher Unterstützung von“ reichen nicht aus, um Werbung korrekt zu kennzeichnen. Schleichwerbung ist jedenfalls verboten. Unzulässig ist zudem, wenn Influencer zum Beispiel auf Instagram Links auf Produkte von Drittanbietern setzen, mit denen sie zusammenarbeiten, und dies nicht als Werbung kennzeichnen.

Ohne Werbehinweis zulässig sind redaktionelle Beiträge sowie reines Product Placement. Wenn ein Unternehmen den redaktionellen Inhalt bezahlt hat, muss dies aber bekannt gegeben werden.

Mehr Informationen auf:
www.fwp.at



**fellner
wratzfeld
partner**