

WERBEKENNZEICHNUNG DURCH INFLUENCER: RECHTSLAGE UND WERBEWIRKUNG

HÄRTING 

DR. MARTIN SCHIRMBACHER
HÄRTING RECHTSANWÄLTE



OLAF ZUPANCIC
REACHBIRD

19. APRIL 2020

AGENDA

1. RECHTLICHE GRUNDSÄTZE ZUR WAHL DER WERBEKENNZEICHNUNG
2. METHODIK DER ANALYSE VON WERBEKENNZEICHNUNGEN
3. ERKENNTNISSE DER ANALYSE
4. UMSETZUNGSEMPFEHLUNGEN UND AUSBLICK

#1

RECHTLICHE GRUNDSÄTZE ZUR WAHL
DER WERBEKENNZEICHNUNG





RECHTLICHE GRUNDSÄTZE ZUR WAHL DER WERBEKENNZEICHUNG

§ 5a Abs. 6 UWG – Irreführung durch Unterlassen

Unlauter handelt auch, wer den kommerziellen Zweck einer geschäftlichen Handlung nicht kenntlich macht, sofern sich dieser nicht unmittelbar aus den Umständen ergibt, und das Nichtkenntlichmachen geeignet ist, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.

§ 6 Abs. 1 Nr. 1 TMG - Besondere Informationspflichten

Kommerzielle Kommunikationen müssen klar als solche zu erkennen sein.



RECHTLICHE GRUNDSÄTZE ZUR WAHL DER WERBEKENNZEICHUNG

Geschäftliche Handlung

jede Handlung durch oder im Auftrag eines Unternehmens

Kommerzielle Kommunikation

jede Form der Kommunikation, die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren, Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds eines Unternehmens dient



malinaflorentine • Folgen
Fulda, Germany



malinaflorentine WERBUNG: Barbie Dreams @skechers_germany 🐼
#Skechers #dlites

47 Wo.



maikelboeve You're killing it! 🙏🥰

47 Wo. Gefällt 1 Mal Antworten

— Antworten ansehen (1)



hypetobs Sieht gut aus! 😊

47 Wo. Gefällt 1 Mal Antworten



Gefällt 532 Mal

16. APRIL 2019

Kommentar hinzufügen ...

Post



wayofjay • Folgen
Bezahlte Partnerschaft mit cocacola_at Millennium City



wayofjay Its that time of the year again and I'm happy to share the #CocaCola advent calendar with you 📅

[werbung] Each day, you are able to win cool prizes in the Coca-Cola App. How do you participate? ✅

Go ahead and download the Coca-Cola App from the App Store 📱 enter the Codes and scan the QR-Codes to participate in the advent calendar raffles - what are you waiting for? @cocacola_at 🇩🇪

13 Wo.



ana_lendl The iron throne.

13 Wo. Gefällt 1 Mal Antworten



Gefällt 427 Mal

9. DEZEMBER 2019

Kommentar hinzufügen ...

Posten

#2

METHODIK DER ANALYSE VON
WERBEKENNZEICHNUNGEN





ANALYSE DER WERBEKENNZEICHNUNGEN

DER ZUSAMMENHANG ZWISCHEN WERBEKENNZEICHNUNG UND
WERBEWIRKUNG

INTERPRETATION DER WERBEWIRKUNG ANHAND FOLGENDER KENNZAHLEN:

→ Durchschnittliche Engagement-Rate des
analysierten Profil

→ Engagement-Rate der werblichen Aktivitäten

INDIKATOR FÜR DEN WERBEERFOLG:

Verhältnis zwischen bezahlten und entsprechend
gekennzeichneten Postings und der
durchschnittlichen Engagement-Rate des Profils des
jeweiligen Influencers



ANALYSE DER WERBEKENNZEICHNUNGEN

**DER ZUSAMMENHANG ZWISCHEN WERBEKENNZEICHNUNG UND
WERBEWIRKUNG**

500

analysierte Instagram Profile aus DACH

1.100 - 1.400.000 FOLLOWER

Followerschaft der analysierte Instagram Profile

JANUAR 2019 – DEZEMBER 2019

Zeitraum der Betrachteten Aktivitäten

ANALYSE UNTERSCHIEDLICHER VERTICALS

FMCG, Beauty, Fashion, Sport

#3

ERKENNTNISSE DER ANALYSE



BETRACHTUNG DER WERBEKENNZEICHNUNG HINSICHTLICH IHRER **POSITIONIERUNG** IN DER BILDBESCHREIBUNG:



encoreever • Folgen ...
Bezahlte Partnerschaft mit junglueck
Ingolstadt, Germany
Junglück Produkt wird ein Baum in den nordwestlichen Mangroven Madagaskars gepflanzt. Als sei das noch nicht genug, kommt fast alles von @Jungglück in wunderschönen braunen Glasfläschchen / Spendern daher. Natürlich sind alle Produkte #Bio 🌱 Mit meinem Umzug in die erste gemeinsame Wohnung, kann ich nun endlich Schritt für Schritt noch mehr in Richtung #Nachhaltigkeit gehen & kann euch da die Hautpflegeprodukte von #Junglück nur ans Herz legen. Denn : #Umdenkenbeginntbeidir ! Oh und in meiner Story findet ihr einen

Markierung als bezahlte Partnerschaft unter dem Account Namen (Branded Content Tool)



kiana_lina • Folgen ...
Nordrhein-Westfalen, Germany
kiana_lina [Werbung, Kooperation]
Hallo ihr Lieben 💚
.
Mich hat vor ein paar Tagen ein richtig tolles Paket mit Haarprodukten von @pure97_official erreicht. 😊
.
Die Marke Pure97 gibt es es exklusiv bei DM zu kaufen und ist in meinen Augen besonders interessant und ansprechend, weil die kompletten Inhaltsstoffe auf der Rückseite der Produkte aufgeschrieben und mit der jeweiligen Funktion für das Produkt

Vor dem Text der Bildbeschreibung



jasminbisou • Folgen ...
jasminbisou I make shoe contact before eye contact 😊
Werbung! Wie gefallen euch meine neuen @skechers_germany D'Lites 3 aus der One Piece V.2 Kollektion? Mir gefällt die Kombination der Farben total! 💛 #skechers #dlites

Innerhalb des Textes der Bildbeschreibung

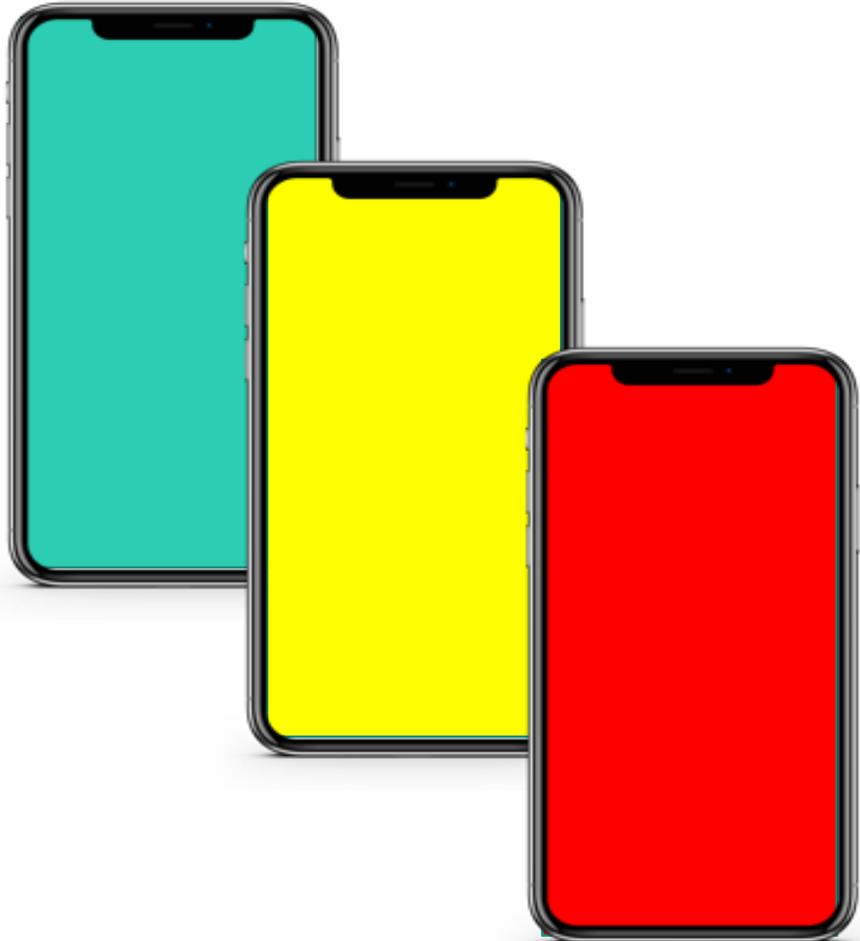


saraleutenegger • Folgen ...
Zürich, Switzerland
saraleutenegger ✨ ALL YOU NEED IS ICE CREAM 🍦
Gibt es was besseres als sich ein #ICECREAM auf dem Balkon zu gönnen bei diesem schönen Wetter? Oder was genießt du am meisten bei gutem Wetter?
My favorite is definitely @movenpickicecream_ch #DiscoverMovenpick #Movenpick *ANZEIGE

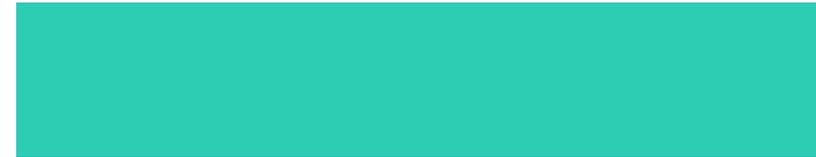
Nach dem Text der Bildbeschreibung

RECHTLICHE VORGABEN

EINFLUSS DER **POSITIONIERUNG** DER WERBEKENNZEICHNUNG
AUF DIE RECHTLICHE SICHERHEIT



VOR DEM TEXT



INNERHALB DES
TEXT

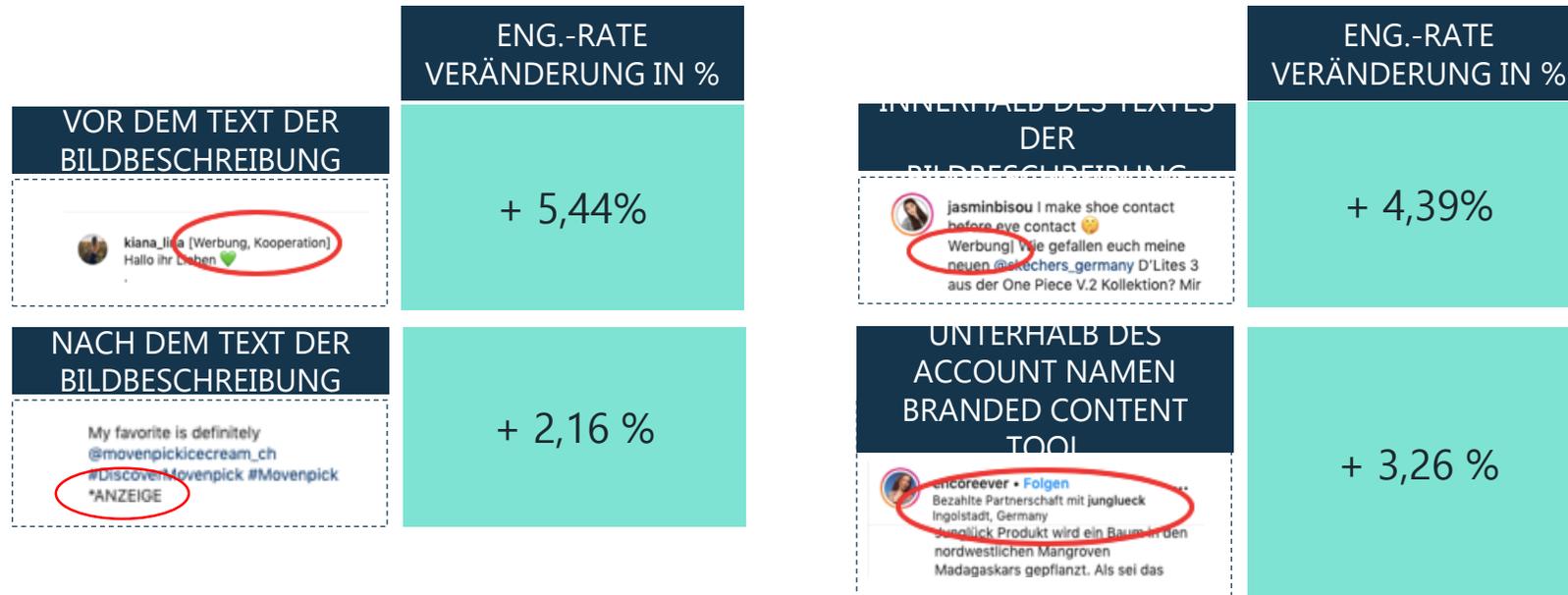
AM ENDE DES
TEXT



IN EINER HASHTAG-WOLKE



EINFLUSS DER **POSITIONIERUNG** DER WERBEKENNZEICHNUNG AUF DIE WERBEWIRKUNG



BETRACHTUNG DER WERBEKENNZEICHNUNG HINSICHTLICH IHRER **WORTWAHL** IN DER BILDBESCHREIBUNG:

ANZEIGE



cati.schweyer • Folgen
New York, New York

cati.schweyer Anzeige| Dancing through New York with my @skechers_germany D' Lites 🙌 Was bin ich froh, dass man nicht mehr immer nur hohe Schuhe tragen muss, um als gut gekleidet zu gelten. Das hat auch wieder die Fashion Week in New York gezeigt. Chunky Sneaker sind einfach absolut angesagt... und vom Fashion Faktor mal abgesehen, sind sie einfach auch eine Wohltat für meine Füße. 🙏 Wenn ihr euch entscheiden müsstet: Sneaker oder Heels? Mehr zum Sneaker Trend findet ihr auf meinem Blog (Link in Bio). #skechers #dlites

Gefällt 928 Mal
23. SEPTEMBER 2019

Kommentar hinzufügen ... Posten

WERBUNG



miss_mary_k • Folgen
Düsseldorf, Germany

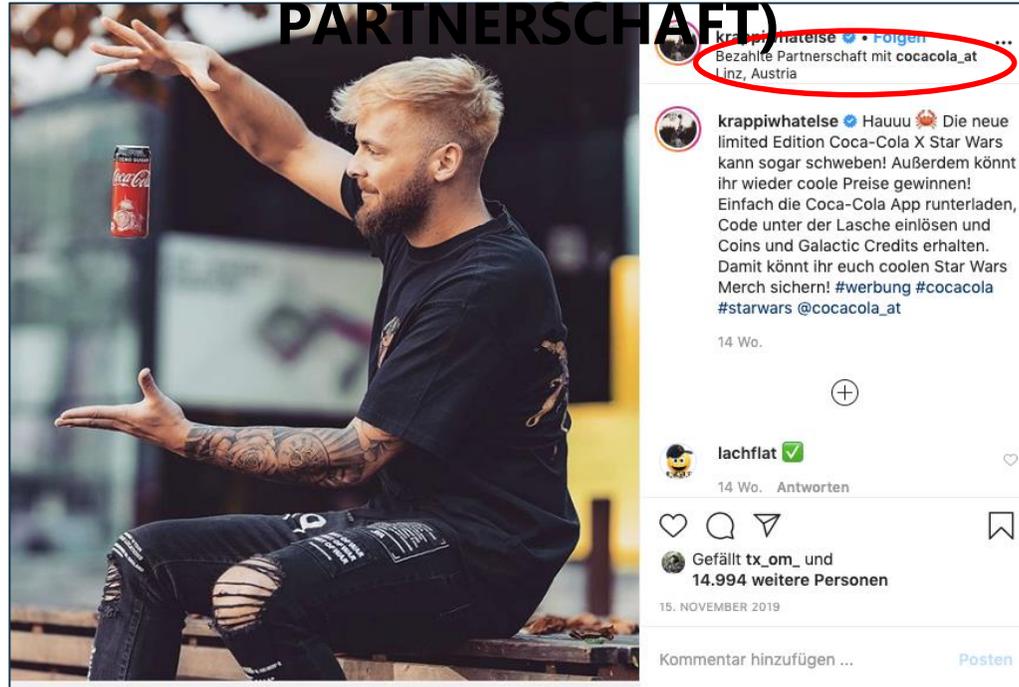
miss_mary_k *Werbung Ich hab nichts zu verbergen 🙌 mein Shampoo auch nicht 🙌 Wenn ihr mir schon länger folgt, wisst ihr ja bereits, wie viel Wert ich bei meinen Haaren auf natürliche Inhaltsstoffe lege. Ich hab mit @pure97_official neue Haarpflegeprodukte für mich entdeckt. Da meine Haare durchs Färben und Glätten leider geschädigt sind, hab ich mich für die Serie „geschädigtes Haar“ mit Lavendel und Pinienbalsam entschieden. Die Haarpflegeserie besteht zu 97 % aus natürlichen Inhaltsstoffen. Pure97 ist vegan, silikonfrei, parabenfrei, mineralölfrei und glutenfrei. Die Flaschen bestehen aus 50 % recyceltem Material 🌱

Gefällt 1.315 Mal
20. MAI 2019

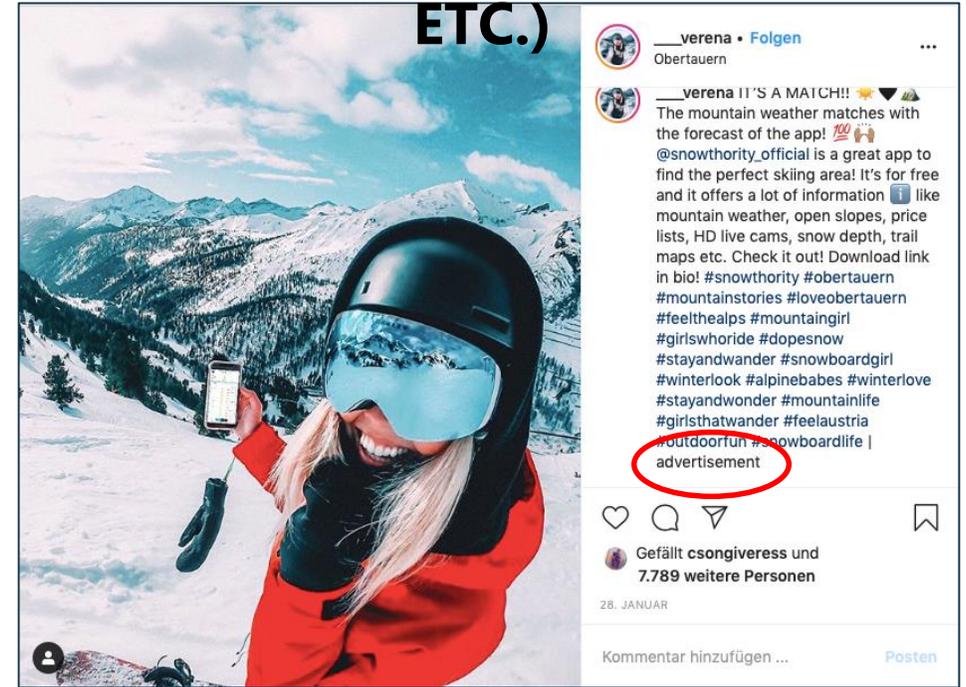
Kommentar hinzufügen ... Posten

BETRACHTUNG DER WERBEKENNZEICHNUNG HINSICHTLICH IHRER **WORTWAHL** IN DER BILDBESCHREIBUNG:

BRANDED CONTENT TOOL (BEZAHLTE PARTNERSCHAFT)

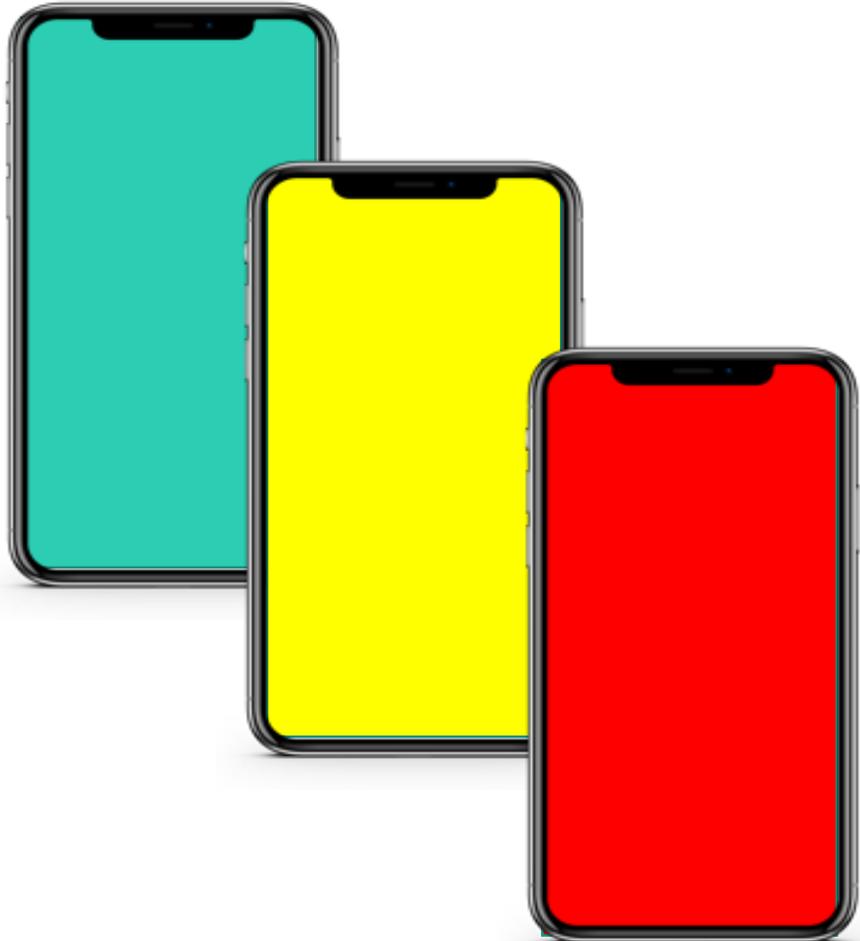


ANDERE (ADVERTISEMENT, PARTNERSHIP, SPONSORED, ETC.)



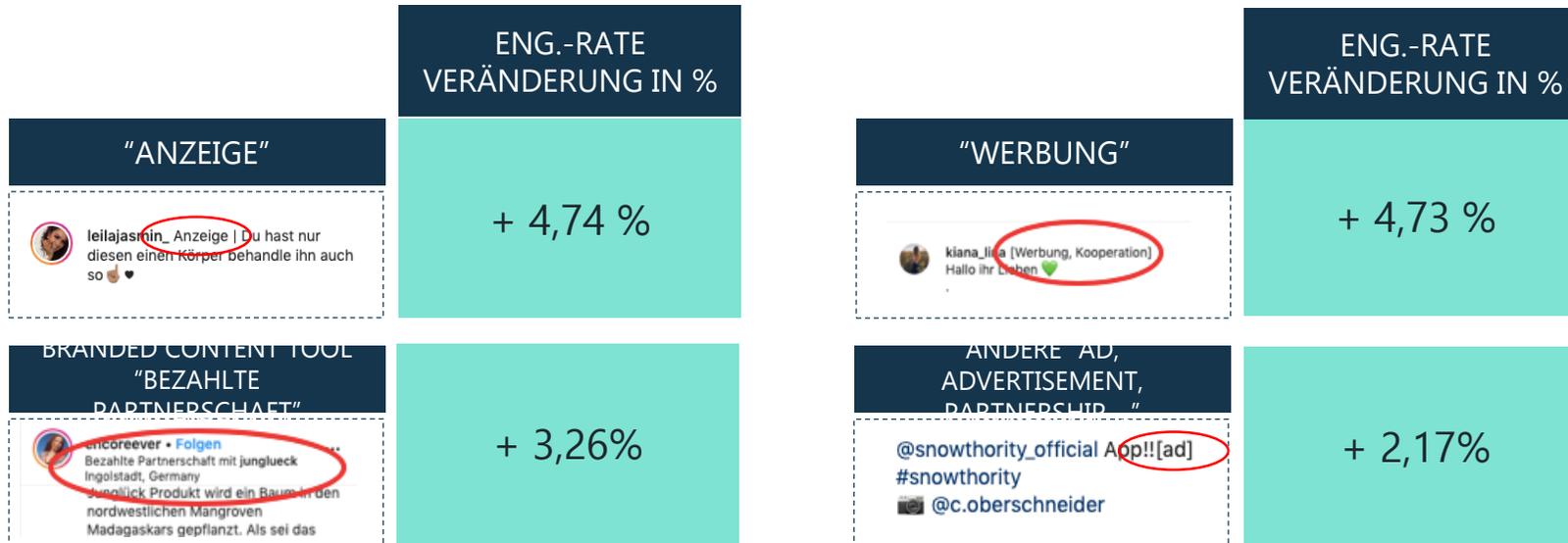
RECHTLICHE VORGABEN

EINFLUSS DER **WORTWAHL** DER WERBEKENNZEICHNUNG
AUF DIE RECHTLICHE SICHERHEIT



| | | |
|--------------------------|-----------------|----------------|
| „ANZEIGE“ | „WERBUNG“ | |
| | | |
| „BEZAHLTE PARTNERSCHAFT“ | BRANDED CONTENT | „PAID CONTENT“ |
| | | |
| „PARTNERSHIP“ | „#AD“ | |
| | | |

EINFLUSS DER **WORTWAHL** DER WERBEKENNZEICHNUNG AUF DIE WERBEWIRKUNG



PLATZIERUNG UND WORTWAHL – WELCHE KOMBINATION STIFTET DIE MAXIMALE WERBEWIRKUNG?

| PLATZIERUNG | WORTWAHL DER WERBEKENNZEICHNUNG | | | |
|---------------------------------------|---------------------------------|----------|------------------------|----------|
| | WERBUNG | ANZEIGE | BEZAHLTE PARTNERSCHAFT | ANDERE |
| VOR DEM TEXT | + 5,14 % | + 4,82 % | - | + 2,14 % |
| INNERHALB DES TEXT | + 4,76 % | + 1,82 % | - | + 1,98 % |
| NACH DEM TEXT | + 2,18 % | + 3,92 % | - | + 1,49 % |
| UNTERHALB DES ACCOUNT NAMEN (BC-TOOL) | - | - | + 3,26 % | - |

REICHWEITENSPEZIFISCHE ERKENNTNISSE – PLATZIERUNG UND WORTWAHL DER WERBEKENNZEICHNUNG

| PLATZIERUNG | MICRO (<30.000) | MACRO (30.000 – 80.000) | TOP (>80.000) |
|---|-----------------------------|---|-------------------------|
| VOR DEM TEXT | + 3,88 % | + 4,62 % | + 2,06 % |
| INNERHALB DES TEXT | + 3,59 % | + 4,42 % | + 2,68 % |
| NACH DEM TEXT | + 2,33 % | + 2,64 % | + 1,69 % |
| UNTERHALB DES ACCOUNT NAMEN (BC- TOOL) | + 3,26 % | -+3,05 % | +2,98 % |
| WORTWAHL | MICRO (<30.000) | MACRO (30.000 – 80.000) | TOP (>80.000) |
| “WERBUNG” | + 2,98 % | + 4,76 % | + 2,72 % |
| “ANZEIGE” | + 4,49 % | + 4,74% | + 1,16 % |
| “BEZAHLTE PARTNERSCHAFT” | + 3,26 % | + 2,95 % | + 2,65 % |
| “ANDERE” | + 2,33 % | + 2,64 % | + 1,52 % |
|  | VOR DEM TEXT + “ANZEIGE” | VOR DEM TEXT + “ANZEIGE” / “WERBUNG” | BRANDED CONTENT TOOL |

UNTERSCHIEDE BEI RECHTLICHEN VORGABEN JE NACH REICHWEITE

ACCOUNTS MIT GROßER REICHWEITE UND VIEL WERBLICHEN INHALT

ACCOUNTS MITTLERER REICHWEITE UND VIEL WERBLICHEN INHALT

ACCOUNTS MITTLERER REICHWEITE UND WENIG WERBLICHEN INHALT

ACCOUNT MIT GERINGER REICHWEITE UND WENIG WERBLICHEN INHALT

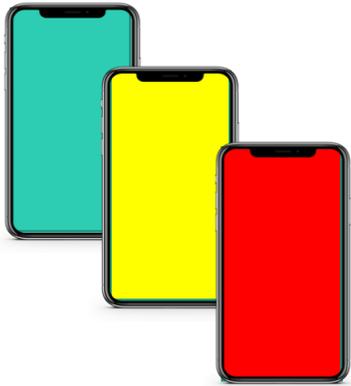
#4

UMSETZUNGSEMPFEHLUNGEN UND
AUSBLICK



RECHTLICHE SICHERHEIT UND GLEICHZEITIG MAXIMALE WERBEWIRKUNG - UMSETZUNGSEMPFEHLUNGEN

Die aktuelle Rechtsprechung in Verbindung mit den erforschten
Werbewirkung führt zu folgenden Empfehlungen:



| PLATZIERUNG | WORTWAHL DER WERBEKENNZEICHNUNG | | | |
|---------------------------------------|---------------------------------|------------------------|--------------------------|------------------------|
| | WERBUNG | ANZEIGE | BEZAHLTE PARTNERSCHAFT | ANDERE (BSP.: AD) |
| VOR DEM TEXT | Light Blue | Light Blue | Grey | Yellow |
| INNERHALB DES TEXT | Red to Yellow Gradient | Red to Yellow Gradient | Grey | Red to Yellow Gradient |
| NACH DEM TEXT | Yellow | Yellow | Grey | Red to Yellow Gradient |
| UNTERHALB DES ACCOUNT NAMEN (BC-TOOL) | Grey | Grey | Green to Yellow Gradient | Grey |

RECHTLICHE SICHERHEIT UND GLEICHZEITIG MAXIMALE WERBEWIRKUNG - UMSETZUNGSEMPFEHLUNGEN



AUSBLICK

sonnyloops • Folgen • •••

1.217 Beiträge 830k Abonnenten 453 abonniert

S O N N Y 🍌
They told me I couldn't, that's why I did.
🍌 | mom of #loopscrew
✉ | sonnyloops@kainhyge.de
📍 | Berlin, 24
📺 | NEW VIDEO (Di, Do, Sa, So) | Impressum
youtu.be/-LQJNn0_GE
Standard von Instagram, © 2019. Microsoft, Canon und Co. sind Marken.

COFF **Scaps** **Ski** **Music** **Acting** **NYC** **me**

Outfits Scaps 2 Ski Urlaub 2 Fan Songs Acting 2 New York Loops

1.217.000 10TV 1.1K100RT



chiara_bransi_ • Folgen •••

chiara_bransi_ Say hi! to my new ibza collection! ❤️😍
This bikini is deffinantly one of my favorites 😊. @sqorpios

38 Wo.



Gefällt 57 Mal

18. JUNI 2019

Kommentar hinzufügen ...

Posten

AUSBLICK: NEUES INFLUENCER-GESETZ?

BMJV vom 13.2.2020

- Ziel: sicherer Rechtsrahmen bei der Abgrenzung von Information und Meinungsbildung und geschäftlichen Handlungen
- Ergänzung von § 5a Abs. 6 UWG:
„Ein kommerzieller Zweck einer geschäftlichen Handlung ist in der Regel nicht anzunehmen, wenn diese vorrangig der Information und Meinungsbildung dient und für diese kein Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung gewährt wurde.“
- Kritik
 - Abgrenzungsschwierigkeiten vorprogrammiert
 - problematische Beweislastverteilung



[DR. MARTIN SCHIRMBACHER](#)

SCHIRMBACHER@HAERTING.DE

TEL. +49 302 830 5740

CHAUSSEESTRAßEE 13, 10115 BERLIN

HÄRTING 



[OLAF ZUPANCIC](#)

OLAF@REACHBIRD.IO

TEL. +49 171 166 5736

LOTHSTRABEE 5, 80335 MÜNCHEN

INDUSTRIERING 3, 9491 RUGGELL



Reachbird