



Universität zu Köln

Influencer

Trierer Gespräche zu Recht und Digitalisierung

19.1.2021 – 18.30 Uhr

Prof. Dr. Karl-Nikolaus Peifer, Universität zu Köln



dianazurloewen • Folgen



dianazurloewen • Werbung | Look 1 oder Look 2? Was würdet ihr eher tragen?
Im Herbst liebe ich auf jeden Fall Alles aus Faux Leder und Kuschligen Teddy Material 🍌❤️

14Wo.



mimil_0204 1 🍌

13Wo. Antworten



nessaclair Look 1 🍌 finde die Jacke richtig toll 🍌

Aktuelles Verfahren vor dem OLG Köln – 6 U 103/20 – mdl. Verh. 15.1.2021

Achtung: zT abweichender Sachverhalt !

I. Influencer – worum geht es?

- Verlagerung von Werbung und Nutzeraufmerksamkeit in Internetdienste: Muss digital gelten, was auch analog gilt?
- Sind Influencer Markenbotschafter, auch wenn sie (nur) sozial kommunizieren?
- Sind hohe Reichweite und (von den Nutzern angenommene) Authentizität neutral für geschäftliche Entscheidungen?
- Wie unterscheidet man soziale, kritische, unterhaltende Kommunikation von interessen geleiteter Werbung? Schützt eine Pflicht zur Kennzeichnung die Unabhängigkeit der Protagonisten?



dianazurloewen • Folgen



dianazurloewen Werbung | mal eine ernst guckende Diana für @iconistbyicon @tomwagnerphoto Makeup @nevilalemawat @givenchybeauty

13Wo.



guten_tag_heute Ich mag das Foto aber richtig toll wäre dazu noch eine „entspannte“ Mundpartie 😊

13Wo. Antworten



yasmina_rezgui 🍷🍷🍷🍷🍷🍷🍷🍷



Motive jeweils „getaggt“ mit Hinweisen zu den Anbietern von Kleidung, Accessoires und Dienstleistungen (Make-Up, Photo-Artist)

Melde dich an, um mit „Gefällt mir“ zu markieren oder zu kommentieren.



dianazurloewen • Folgen



dianazurloewen Werbung InBye bye, #oktoberfest

Ich hatte einfach so eine schöne Zeit. Danke @giacomellitrachten und @weat für das traumhafte Outfit ❤️ Nächstes Jahr komme ich auf jeden Fall wieder vorbei 🥰 #pressereise

14Wo.



inform.love Informiert euch auf meinem Profil über die Themen Abtreibung und Verhütung ❤️

13Wo. Antworten

— Antworten ansehen (1)

Einladung zweier Ausstatter zum Oktoberfest mit zur Verfügung gestelltem Kleid und Accessoires



Melde dich an, um mit „Gefällt mir“ zu markieren oder zu kommentieren.

Rechtsfragen im Zivilrecht: Abgrenzung von Werbung und inhaltlicher Kommunikation (Transparenz oder Verbot von Schleichwerbung – getarnte Werbung)

- Im Wirtschaftsrecht (= UWG = Recht gegen den unlauteren Wettbewerb) – Transparenzanforderungen für „kommerzielle Kommunikation“
- Im Medienrecht (Medienstaatsvertrag) = Schutz der Rezipienten vor einer Irreführung über die Kommunikationsmotive – Schutz von Kommunikatoren vor Einflüssen auf deren redaktionelle/journalistische Unabhängigkeit)

II. Vorgaben Wettbewerbsrecht (UWG)

Regelung § 5a Abs. 6 UWG und Nr. 11 der sog. „Blacklist“ stets verbotener geschäftlicher Handlungen

Nr. 11: „Stets unzulässig ist ... der **vom Unternehmer finanzierte Einsatz redaktioneller Inhalte** zu Zwecken der **Verkaufsförderung**, **ohne** dass sich dieser Zusammenhang **aus dem Inhalt oder aus der Art der optischen oder akustischen Darstellung eindeutig** ergibt (als Information getarnte Werbung).

§ 5a Abs. 6: Unlauter handelt ..., 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 Telemediengesetz: Transparenzpflichten für kommerzielle Mitteilungen, Preisnachlässe, Rabatte und Gratisgaben, Preisausschreiben und Gewinnspiele.

Verstoß gegen Kennzeichnungspflichten sonstiger Gesetze (z.B. Lebensmittelrecht).

Anwendung: insbesondere Instagram (statische Bilder, keine Fernsehähnlichkeit)



- „geschäftliche Handlung“ – wessen Absatz wird (objektiv) gefördert?
- - Anna Gasch (Hair-Makeup-Artist)
- - Steffi Büschgens (Fotografien)
- - Scarlett Gartmann? (LG München I)
- Nr. 11: ... der vom **Unternehmer finanzierte** Einsatz redaktioneller Inhalte
- zu **Zwecken** der Verkaufsförderung,
- **ohne** dass sich dieser Zusammenhang **aus dem Inhalt oder** aus der Art der optischen oder akustischen **Darstellung eindeutig** ergibt
- Zusätzlich für § 5a Abs. 6:
- **Nichtkenntlichmachen geeignet**, den **Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen**, die er andernfalls nicht getroffen hätte.
- **Schutzzweck:** Vermeidung von Irreführungen über die geschäftliche Motivation eines kommunikativen Verhaltens.

Problembereiche

- **Geschäftliche Handlung** – objektive Betrachtung (typischerweise von Gerichten bejaht; Ausnahme: redaktionelle Auftritte, soziale Kommunikation).
 - Indizien für eine geschäftliche Handlung: Bezahlung – Rabatte – kostenlose Zusendungen – Selbstgekauftes - Ausstatterhinweise
- **Geschäftliche Absicht** – Nachweisproblem, daher häufig Vermutung (Grundlagen: Anzahl Follower, Verwendung von Hashtags zu Unternehmen, Fehlen redaktioneller Anlässe)
- **Kennzeichnung (derzeit größte Unsicherheiten, gleichzeitig einfacher Ansatz)**
 - Deutlichkeit („zartgrau-Problem“), sinnvoll: Logos, Abkürzungen, Werberaum
 - Wording-Problem („Werbung, Anzeige, bezahlte Werbung, sponsored by“ oder was?), sinnvoll: klare, kurze, verständliche Ausdrücke);
 - Überkompensationsproblem (Alles als Werbung zu kennzeichnen, kann über den nicht-kommerziellen Zweck täuschen, benachteiligt aber nicht Verbraucher)

Bisher noch offene Fragen

- **Einschränkungen** für Angebote, die sich an Kinder/Jugendliche richten, sinnvoll.
- Rechtsregeln oder **Selbstverpflichtung** für Online-Plattformbetreiber (Digital Services Act).



dianazurloewen • Folgen



dianazurloewen • Werbung | Look 1 oder Look 2? Was würdet ihr eher tragen?
Im Herbst liebe ich auf jeden Fall Alles aus Faux Leder und Kuschligen Teddy Material 🥰❤

14Wo.



mimil_0204 1 🥰

13Wo. Antworten



nessaclair Look 1 🥰 finde die Jacke richtig toll 🥰

Problem: geschäftliche Handlung



dianazurloewen • Folgen



dianazurloewen Werbung InBye bye, #oktoberfest

Ich hatte einfach so eine schöne Zeit. Danke @giacomellitrachten und @weat für das traumhafte Outfit ❤️ Nächstes Jahr komme ich auf jeden Fall wieder vorbei 🥰 #pressereise

14Wo.



inform.love Informiert euch auf meinem Profil über die Themen Abtreibung und Verhütung ❤️

13Wo. Antworten

— Antworten ansehen (1)

Problem: Produkterwerb – Gratisbeigaben von Accessoires bei Veranstaltungseinladung

Melde dich an, um mit „Gefällt mir“ zu markieren oder zu kommentieren.

III. Vorgaben Medienrecht

1. Presse: Ziffer 7: Presse-Kodex: Überschreitung der Schnittstelle zwischen unabhängiger Information und von dritter Seite bezahlter bzw. durch geldwerte Vorteile belohnter Kommunikation ist eindeutig zu kennzeichnen („Anzeige“).

2. Rundfunk und rundfunkähnliche Internetdienste

- Verbot ungekennzeichneter Produktdarstellungen („Schleichwerbung“, §§ 8 VII, 74 MStV)
- Verbot auch eindeutig gekennzeichneter Produktplatzierungen außerhalb von fiktionalen und rein unterhaltenden Inhalten, insb. bei **Kinder- Nachrichten-** und **Verbrauchersendungen** (§ 8 VII 2 MStV);
- Verbot redaktioneller Einflussnahmen und direkter Kaufaufforderungen bei Produktplatzierungen (§ 8 VII 3 MStV);
- Verbot zu starker Herausstellung von zur Verfügung gestellten Produkten (wie vor);

3. Schutzzweck: Verhinderung von Einflussnahmen auf die Unabhängigkeit der Informationsvermittlung. Schutz der Glaubwürdigkeit von Informationsquellen.

Anwendung: YouTube und Insta-Stories – Sharing my life oder Verbrauchersendung?



(P) Dieses Video wurde unterstützt durch eine Produktplatzierung der vegetarischen Produkte von Rügenwalder.

„We talk about a product (and maybe give a link to a website)“

V. Lösungen

- **Geschäftliche Handlung** – stets anzunehmen, wenn redaktionelle und kommerzielle Kommunikation vermischt wird.
- **Werblicher Zweck?** – Zentrum der Auseinandersetzung vor den Gerichten: liberaler Ansatz: nur bei Nachweis eines konkreten Entgelts, realistischer Ansatz: Überwiegen eines kommerziellen Zwecks gegenüber dem redaktionellen Anlass (Einzelfallprüfung!)
- **Kennzeichnung:** möglichst einheitlicher klarer Begriff oder Symbol („Anzeige“, „Werbung“ oder auch „sponsored content“, wenn einhellige Verwendung)
- Anwendung der vorgenannten Grundsätze auch bei zur Verfügung gestellten Accessoires, Ausrüstungsgegenständen oder Dienstleistungen.