

die medienanstalten-Pressemitteilung 13/2021 • Berlin 22.06.2021

TikTok, Twitter, Podcast oder Instagram – Medienanstalten aktualisieren Werbematrix

Branche nimmt praxisnahen Leitfaden für Influencer- Marketing gut auf

Die Grenze zwischen werblichen und redaktionellen Inhalten bei Social-Media- und Online-Angeboten zu ziehen, ist für Anbieter und Nutzer manchmal schwierig. Für Influencer ist Rechtssicherheit, für Nutzende der Schutz vor Irreführung bei TikTok, Twitter, Instagram & Co. wichtiger denn je. Die Medienanstalten bieten mit der Aktualisierung ihrer Werbematrix einen praxisnahen Leitfaden. Dabei wurde der Leitfaden „Werbekennzeichnung bei Online-Medien“ an den neuen Medienstaatsvertrag (MStV) und aktuelle Entwicklungen im Markt angepasst.

„Mit unserer weiterentwickelten Matrix bieten wir einen praxisrelevanten Leitfaden, der den Blick der verschiedenen Anbieter auf Social-Media- und Online-Kanälen berücksichtigt und von der Branche positiv aufgenommen wird. Influencer Marketing wird dank einer klaren Kennzeichnung sofort sichtbar“, erläutert Joachim Becker, seit März 2021 Koordinator des Fachausschuss Regulierung der Landesmedienanstalten und Direktor der Hessischen Landesanstalt für Privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen).

Die aktualisierte Version des Leitfadens liefert ausführlichere Erläuterungen für die aufgeführten Fallbeschreibungen/Inhalte als bisher. Die inhaltlich wichtigsten Neuerungen sind die Aufnahme von politischer Werbung sowie die Klarstellung, dass jedes Story-Slide bei Instagram und jeder Repost von kommerziellen Produktbeiträgen werblich gekennzeichnet sein muss. Mit Blick auf die zunehmende Nutzung von Podcasts und ihrer Erfassung durch den Medienstaatsvertrag, wurden diese neu in die Matrix aufgenommen („Audioangebote“). Klarstellend wird nun erstmalig auch die Werbeform des Sponsorings erläutert, da diese oft pauschal für die Kennzeichnung von Werbung in Podcasts verwendet wird, obwohl es sich oft einfach um klassische Werbung anstatt eines Sponsorings im Sinne des MStV handelt.

Gesellschafter
Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg (LFK)
Bayerische Landeszentrale für neue Medien
(BLM)
Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb)
Bremische Landesmedienanstalt (brema)
Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein
(MA HSH)
Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk
und neue Medien (LPR Hessen)
Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern
(MMV)
Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM)
Landesanstalt für Medien NRW
Medienanstalt Rheinland-Pfalz
Landesmedienanstalt Saarland (LMS)
Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk
und neue Medien (SLM)
Medienanstalt Sachsen-Anhalt
Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

Anpassungen erfolgten auch beim Thema Eigenwerbung, bei werblichen Sequenzen in Videos, die mehr als nur Produktplatzierung sind, und bei der Frage, wie die Kennzeichnung formuliert sein muss.

Weiterhin betonen die Landesmedienanstalten erneut, dass das Vertaggen oder die Nennung von Marken allein aus Informationszwecken aus medienrechtlicher Sicht in der Regel keine Werbung ist. Die Werbekennzeichnung verliert ihre Wirkung, wenn sämtliche Beiträge als Werbung gekennzeichnet sind.

Hintergrund zum Leitfaden „Werbekennzeichnung bei Online-Medien“
Der Leitfaden enthält Hilfestellungen zu den medienrechtlichen Kennzeichnungspflichten bei Werbung in Social-Media-Angeboten wie Instagram, TikTok, Twitch & Co. sowie sonstigen Online-Medien wie z.B. Blogs und Podcasts. Er zeigt auf, ob, wie und wo werbliche Inhalte markiert werden müssen. Der Umgang mit Werbung auf allen Social-Media-Plattformen wird anhand von konkreten Fallbeschreibungen („Szenarios“) und detaillierten Erläuterungen beschrieben. Die Kennzeichnungs-Matrix, die die seit 2015 erscheinenden FAQs für Facebook, Instagram und Co. fortsetzt, wird im Dialog mit der Branche kontinuierlich weiterentwickelt.

Die aktualisierte Kennzeichnungs-Matrix steht [hier](#) zum Download bereit.

Weitere Informationen über die medienanstalten finden Sie unter:
www.die-medienanstalten.de

[Kontakt bei Medien-Rückfragen](#)

Dr. Anja Bundschuh
Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten
Telefon: +49 30 2064690-22
Mail: presse@die-medienanstalten.de

www.die-medienanstalten.de