

die medienanstalten-Pressemitteilung 13/2022 Berlin 01.06.2022

---

## Bundesweit einheitliche Herangehensweise im Influencer-Marketing in neuem Leitfaden „Werbekennzeichnung bei Online-Medien“

Influencerinnen und Influencer erhalten Informationen und  
Tipps zur richtigen Werbekennzeichnung bei Social Media-  
Angeboten von den Landesmedienanstalten

---

Mit ihrem Leitfaden „Werbekennzeichnung bei Online-Medien“ geben die Medienanstalten seit 2015 Orientierungshilfe für die Social-Media- und Online-Branche, wenn es um die hinreichende Trennung zwischen werblichen und redaktionellen Inhalten geht. Der Leitfaden liegt nun in einer aktualisierten Fassung vor. Er berücksichtigt die jüngsten Influencer-Entscheidungen des Bundesgerichtshofes (BGH) und bietet eine kompakte Übersicht über die Rechtslage für Influencer-Marketing in Deutschland.

Grundlage des Leitfadens sind die Werberegeln des Medienstaatsvertrags (MStV) und des Telemediengesetzes (TMG), die dem Schutz der Nutzenden vor Irreführung dienen und kommerzielle Inhalte transparent machen. Der Bundesgerichtshof hat in seinen jüngsten fünf Urteilen auf Basis des Bundesgesetzes gegen den Unlauteren Wettbewerb (UWG) Klarstellungen zum Influencer-Marketing vorgenommen. Die ersten drei Urteile des Bundesgerichtshofs vom September 2021 stimmen mit der Auffassung der Landesmedienanstalten bezüglich der Erforderlichkeit der Kennzeichnung von Werbung gegen Entgelt weitgehend überein. In den zwei Urteilen aus dem Februar 2022 ging es hingegen um Influencer-Fälle, bei denen Unternehmen Produkte kostenlos zur Verfügung gestellt haben und die Präsentation freiwillig geschah. Das Gericht stellte hier auf die Erwartung der Unternehmen ab, die dann eine Werbekennzeichnungspflicht begründete.

„Unsere neuesten Leitlinien zeigen, dass es in Deutschland nun endlich eine einheitlichere Herangehensweise im Influencer-Marketing gibt. Dank der neuesten BGH-Urteile zu kostenlos zugeschickten Produkten herrscht nun mehr Transparenz für die Verbraucher und Rechtsklarheit für Influencer“, erläutert Professor Christian Krebs, Koordinator des Fachausschusses Regulierung (FA 1) der Landesmedienanstalten und Direktor der Niedersächsischen Landesmedienanstalt (NLM) zur Vorlage

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)

des aktualisierten Leitfadens „Werbekennzeichnung bei Online-Medien“.

Der BGH stellte fest, dass die kostenlose Zurverfügungstellung von Produkten oder Dienstleistungen durch Unternehmen in der Erwartung erfolgen könne, dass sie in den Beiträgen und Videos der Influencer und Influencerinnen dennoch werblich vorgestellt werden. Die Medienanstalten raten in diesen Fällen, auf die werblichen Intentionen hinzuweisen. Wie dies bei den verschiedenen Gestaltungsformen und in welcher Weise hinreichend geschieht, stellten die Medienanstalten gestern in einem Workshop vor, der von Meta für die Branche organisiert wurde.

Im Rahmen der Veranstaltung wurde auch auf die am 28. Mai 2022 in Kraft getretene Änderung des UWG aufmerksam gemacht. Mit der dortigen Regelung ist eine Werbekennzeichnung wie auch im Medienrecht vor allem dann geboten, wenn für die (werbliche) Darstellung eines Produkts oder einer Dienstleistung ein Entgelt seitens des Werbeträgers gezahlt wurde.

Soweit die Influencer Produkte, die sie zum Gegenstand ihrer Social-Media-Angebote machen, selbst gekauft haben, gilt dies in der Regel nicht als Werbung. Den eigenen Erwerb müssen sie gegebenenfalls aber nachweisen können.

Der aktualisierte Leitfaden ist auf der Webseite der Medienanstalten abrufbar: [https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user\\_upload/Rechtsgrundlagen/Richtlinien\\_Leitfaeden/ua\\_Leitfaden\\_Medienanstalten\\_Werbekennzeichnung\\_Online-Medien.pdf](https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Richtlinien_Leitfaeden/ua_Leitfaden_Medienanstalten_Werbekennzeichnung_Online-Medien.pdf)

Die im jeweiligen Bundesland örtlich zuständigen Landesmedienanstalten stehen allen Influencerinnen und Influencern, Social-Media- und Online-Anbieterinnen und -Anbietern für individuelle, medienrechtliche Informationen und Tipps in diesem Bereich zur Verfügung.

Weitere Informationen über die medienanstalten finden Sie unter: [www.die-medienanstalten.de](http://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](mailto:presse@die-medienanstalten.de)  
[www.die-medienanstalten.de](http://www.die-medienanstalten.de)