

Pressemappe: Agrar-PR

14.02.2024 | 13:28:00 | ID: 38836 | Ressort: [Verbraucher](#) | [Verbraucherschutz](#)

Social Media: Vier von fünf Influencer*innen verstossen gegen Kennzeichnungspflicht

(agrar-PR) - *Werbung oft nicht ausreichend gekennzeichnet*

Nach europäischem Recht müssen kommerzielle Inhalte in den sozialen Medien als Werbung gekennzeichnet werden. Das Umweltbundesamt (UBA) hat sich hierzu an einer EU-weiten Untersuchung beteiligt. Ergebnis: Nur bei etwa 20 Prozent der untersuchten Influencer-Profilen wurde Werbung konsequent als solche gekennzeichnet.

UBA-Präsident Dirk Messner: „In den letzten Jahren hat sich das Influencermarketing zu einer der lukrativsten Methoden der Werbebranche entwickelt. Reichweitenstarke Influencer*innen haben die Macht, das Konsumverhalten ihrer Follower durch Produktplatzierungen zu beeinflussen. Wird die Kennzeichnungspflicht von Werbung nicht eingehalten, birgt dies erhebliche Risiken für den Verbraucherschutz. Umso wichtiger ist es, dass die Behörden die Relevanz dieser Problematik erkannt haben und sich aktiv für ein höheres Verbraucherschutzniveau in den sozialen Medien einsetzen.“

In der EU-weit abgestimmten Untersuchung, einem sogenannten Sweep, hat das Verbraucherschutz-Netzwerk CPC (Consumer Protection Cooperation Network) Social-Media-Profilen von Influencer*innen überprüft. Die beteiligten Behörden und Verbände wollten wissen, ob Influencer-Werbung in sozialen Medien ausreichend als solche gekennzeichnet wird.

Insgesamt hat das Verbraucherschutz-Netzwerk 576 Influencer*innen untersucht. Die Prüfung umfasste dabei Profile auf den großen Plattformen Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, X (ehemals Twitter), Snapchat und Twitch. Von den untersuchten Influencer*innen hatten 82 über eine Million Follower, 301 bewegten sich zwischen 100.000 und einer Million Followern und 73 zwischen 5.000 und 100.000 Followern. Thematisch sind die überprüften Influencer*innen hauptsächlich in den Bereichen Mode, Lifestyle, Schönheit, Ernährung und Lebensmittel, Sport sowie Gaming aktiv.

Fast alle (97 Prozent) der im Rahmen des Sweeps untersuchten Influencer*innen veröffentlichen regelmäßig Inhalte mit kommerziellem Hintergrund auf ihren Profilen. Doch nur etwa 20 Prozent von ihnen kennzeichnen diese konsequent als Werbung. Den geschäftlichen Zweck einer Handlung zu verheimlichen, gilt nach der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken als Irreführung. Auch bei der verpflichtenden Angabe von Kontaktdaten gibt es Nachholbedarf: In 173 der überprüften Profile war kein ausreichendes Impressum vorhanden.

Für Deutschland koordinierte das UBA die Teilnahme an dem Sweep. Diese erfolgte gemeinsam mit dem Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv) und der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e.V. (Wettbewerbszentrale). Die hierbei festgestellten Verstöße werden nun juristisch weiterverfolgt: Gegenüber inländischen Influencer*innen werden vzbv und Wettbewerbszentrale in Form von Abmahnungen und Unterlassungsklagen tätig. Bei Influencer*innen mit Sitz im EU-Ausland richtet das UBA über das CPC-Netzwerk Amtshilfeersuchen an die zuständigen Mitgliedstaaten.
Weitere Informationen

Das UBA setzt sich grenzüberschreitend für die kollektiven Interessen von Verbraucher*innen ein. Dabei werden jedoch keine individuellen Ansprüche einzelner Verbraucher*innen durchgesetzt. Diese profitieren vielmehr als Allgemeinheit davon, dass Missstände und Verstöße von europaweit tätigen Unternehmen aufgedeckt und abgestellt werden.

Der Sweep ist keine repräsentative Studie über die gesamte Influencer-Branche. Die abgestimmten Ermittlungen tragen vielmehr dazu bei, die europaweite Einhaltung des Verbraucherrechts zu verbessern und Verstöße gegen kollektive Verbraucherinteressen zu identifizieren.

Pressemitteilung der Europäischen Kommission zum Sweep

„Influencer Legal Hub“ der Europäischen Kommission

Kontakt

Adresse: Umweltbundesamt, Postfach 1406, 06813 Dessau-Roßlau
Pressesprecher: Martin Ittershagen, Florian Kuhlmeier, Feliks Todtmann
Pressesprecher International: Joseph Nasr
Mitarbeiter*innen: Martin Stallmann, Cathleen Rieprich
Telefon: 0340/2103-2245
E-Mail: [presse\[at\]uba.de](mailto:presse[at]uba.de)
Kontaktformular Medienanfragen:
www.umweltbundesamt.de/presse/kontaktformular-fuer-ihre-medienanfrage

Internet: www.umweltbundesamt.de
Facebook: www.facebook.com/umweltbundesamt.de
Twitter: <https://twitter.com/umweltbundesamt>
Youtube: www.youtube.com/umweltbundesamt
Instagram: <https://instagram.com/umweltbundesamt>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/german-environment-agency/>
Mastodon: <https://social.bund.de/@Umweltbundesamt>



[Agrar-PR](#)

Postfach 131003 70068 Stuttgart Deutschland

Telefon: +49 0711 63379810

E-Mail: redaktion@agrar-presseportal.de Web: www.agrar-presseportal.de >>> [Pressefach](#)