

Leitfaden zur Kennzeichnung von Werbung auf Instagram

1. Generelle Hinweise zur Kennzeichnungspflicht

Werbung bzw. kommerzielle Kommunikation muss in Abgrenzung zu sonstigen Beiträgen klar erkennbar oder gekennzeichnet sein.

- Platziere den Werbehinweis immer **unmittelbar am Anfang eines Beitrages** damit er noch vor dem Lesen des Beitrags wahrgenommen wird. Der Leser darf nicht im Unklaren über den kommerziellen Charakter des Posts gelassen werden. Werbung muss **auf den ersten Blick zweifelsfrei erkennbar sein**.
- Nutze die Begriffe „**Werbung**“ oder „**Anzeige**“ für eine eindeutige Kennzeichnung. Du kannst die Begriffe auch als Hashtags verwenden (**#Werbung** oder **#Anzeige**). Hashtags werden farblich blau markiert und dadurch noch mehr hervorgehoben.

2. Ist jedes Produkt-Posting gleichzeitig Werbung und muss gekennzeichnet werden?

„Werbung“ ist juristisch definiert als jede geschäftliche Äußerung mit dem Ziel, den **Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen**, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, zu fördern.

Bei folgenden Beispielen handelt es sich **nicht** um Werbung:

- Alltägliche Beiträge, die sich rein um Deine Person drehen oder nur der Information bzw. Meinungsbildung dienen
- Allgemeine journalistisch-redaktionelle Beiträge, die sich völlig neutral – oder sogar kritisch – mit einem Produkt beschäftigen und ohne Zahlung des Unternehmens zustande kommen
- Anlassbezogene redaktionelle Berichterstattung (z.B. über Neuerungen innerhalb einer Branche)

3. Gelten die Kennzeichnungspflichten auch bei Stories?

Bei den Instagram Stories **gilt gleiches** wie für sonstige Instagram Postings. In den Stories muss das Wettbewerbsrecht beachtet werden und Werbung mit einem deutlichen, **unmissverständlichen Hinweis gekennzeichnet** werden.

Der Hinweis sollte **sich graphisch abheben**, darf nicht kontrastlos gegenüber den übrigen Inhalten verschwinden oder z.B. durch den Profilnamen abgedeckt werden. Die Werbekennzeichnung muss **mindestens die gleichgroße Schriftgröße**, wie der übrige Text in Deiner Story haben.

Da viele Nutzer Instagram Stories auch ohne Ton betrachten, kann allein ein gesprochener Hinweis in einem Video, das sich z.B. mit einem bezahlten Produkt befasst, risikoreich sein. Verwende in diesem Fall einen gut lesbaren Hinweis.

Quelle: <https://www.wettbewerbszentrale.de/media/getlivedoc.aspx?id=35905>