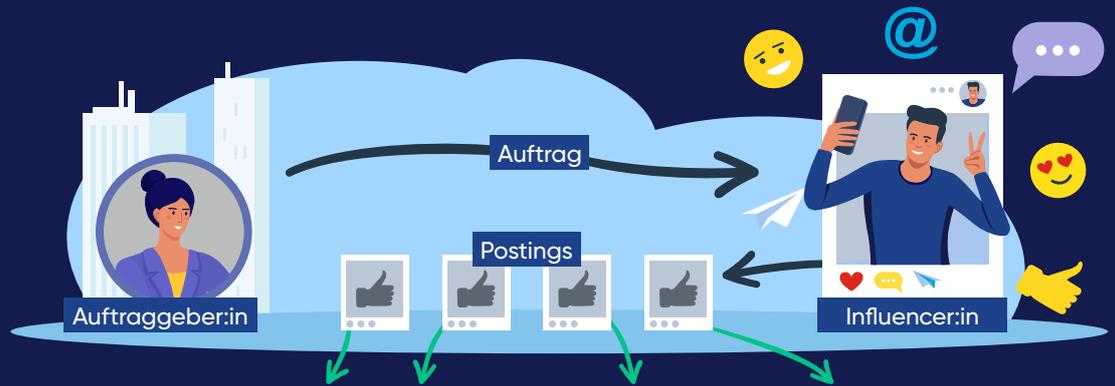


Influencer-Marketing – Quick-Check

Werbungskennzeichnungspflicht



Kennzeichnungspflicht?	Ja, wenn werblicher Zweck nicht aus Umständen erkennbar	Nein, wenn...
	bei Werbung oder einer geschäftlichen Handlung mit kommerziellem Zweck	keine Werbung bzw. nicht kommerziell
	Voraussetzung: Kommunikation ist auf Absatzförderung gerichtet	... keine Absatzförderung
	Absatzförderung liegt vor bei Erhalt von Gegenleistung wie z.B. <ul style="list-style-type: none"> ■ Geld ■ Sachgeschenke ■ Pressesamples ■ Rabattcodes ■ Affiliate Programm ■ Pressereise ■ Kostenfreie Lizenzen ■ Tickets für Veranstaltungen ■ Sponsoring ■ Promo-Events 	... keine Gegenleistung erforderlich bei „übertrieben werblichem Überschuss“
	Kennzeichnen!	Kennzeichnung nicht erforderlich

Kennzeichnen – Wie?	„auf den ersten Blick erkennbar“	Versteckt
	<ul style="list-style-type: none"> ■ gut sichtbar ■ VOR dem Text ■ grafische Hervorhebung ■ Wording: <ul style="list-style-type: none"> - Werbung - Anzeige 	<ul style="list-style-type: none"> ■ nicht hervorgehoben ■ erst nach Wahrnehmung des Inhalts zu sehen ■ nicht ausreichendes Wording: <ul style="list-style-type: none"> - #ad ■ unsicheres Wording: <ul style="list-style-type: none"> - sponsored by - Shopping - paid partnership - Bezahlt - collaboration



Fragen?



Katharina H. Reuer, M. Jur.
Salary Partnerin
+49 40 36803-366
k.reuer@taylorwessing.com



Franziska Ley, LL.M.
Associate
+49 40 36803-468
f.ley@taylorwessing.com