



Marktcheck: Werbekennzeichnung und Impressumsangaben bei Influencern

Der Marktcheck der Verbraucherzentrale Bayern zeigt: Vorgaben zur Impressumspflicht und Werbekennzeichnung werden oft nicht ausreichend eingehalten. Für mehr Transparenz sind einheitliche und praktikable Regelungen notwendig.

Hintergrund

Unternehmen haben Influencer-Marketing längst als festen Bestandteil ihrer Strategien etabliert. Influencer präsentieren die Werbung oft integriert in ihren Alltag - für Verbraucher ist allerdings nicht immer erkennbar, dass es sich um bezahlte Kooperationen handelt. Dadurch verschwimmen die Grenzen zwischen privater Empfehlung und kommerzieller Botschaft, was Transparenz und bewusste Entscheidungen erschwert.

Fragestellungen

- Ist ein Impressum gemäß § 5 Abs. 1 DDG leicht erkennbar und dauerhaft verfügbar?
- Erfolgt eine hinreichende Kennzeichnung kommerzieller Beiträge im Sinne des § 5a Abs. 4 UWG?

Auswahlkriterien

- **Plattform:** Instagram
- **Kategorien:** Gesundheit/Fitness, Lifestyle, Familie
- **Reichweite:** Influencer mit mehr als 500.000 Followern
- **Prüfungszeitraum:** 28.04.2025 – 30.06.2025

Rechtslage

Influencer sind in der Regel als Unternehmer einzuordnen und unterliegen daher der Impressumspflicht nach § 5 DDG sowie den Vorgaben zur Werbekennzeichnung nach § 5a Abs. 4 UWG.

Pflichtangaben wie Name, ladungsfähige Anschrift, E-Mail-Adresse und ggf. Umsatzsteuer-ID oder Handelsregisternummer müssen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein. Sie müssen an gut wahrnehmbarer Stelle stehen und ohne langes Suchen und jederzeit auffindbar sein.

Werbung muss vor der inhaltlichen Wahrnehmung klar und verständlich als solche gekennzeichnet werden (z.B. mit „Werbung“). Als unzureichend erachtet werden versteckte Hinweise oder fremdsprachige Begriffe.



- Bei **23** von 26 Influencern wurden Verstöße festgestellt.
- Die Verbraucherzentrale Bayern hat **10** Influencer abgemahnt.
- **7** Influencer haben bereits eine Unterlassungserklärung abgegeben.

Beobachtungen

Verstöße bei Werbekennzeichnung	Verstöße bei Impressumsangaben
Beiträge ohne jegliche Werbekennzeichnung	Instagram-Seite des Influencers enthält gar kein Impressum.
Die Kennzeichnung eines Beitrags mit dem Wort „Anzeige“ findet sich erst am Ende einer Bild- bzw. Videobeschreibung.	Es wird ein Link zum Impressum angegeben, jedoch sind mehr als zwei Klicks erforderlich, um zum Impressum zu gelangen.
Zur Kennzeichnung werden ungeeignete Begriffe wie „Ad“ oder „Leihgabe“ verwendet.	Ein Link zum Impressum ist ersichtlich, aber die Seite ist nicht erreichbar.
Der Beitrag enthält Tab Tags (anklickbarer Bereich innerhalb eines Bildes) mit Verlinkung zu einer Unternehmensseite ohne weitere Werbekennzeichnung.	Das Impressum ist nicht sofort sichtbar (z.B. muss auf der Instagram-Seite eines Influencers erst auf „Mehr“ geklickt werden oder das Impressum befindet sich hinter einem angegebenen Linkbaum).
Beiträge für eigene Modelinien und Label werden nicht gekennzeichnet.	Das angegebene Impressum führt zu dem Impressum eines Online-Shops.
	Das angegebene Impressum führt zu dem Impressum einer Social-Media-Agentur.

Fazit:

Mehrere der geprüften Influencer verstößen gegen die Impressums- und Werbekennzeichnungspflicht. Die Angaben sind entweder nur schwer auffindbar oder fehlen ganz – insbesondere herrscht eine starke Uneinheitlichkeit in der Darstellung. Diese Intransparenz birgt die Gefahr, dass Verbraucher in ihrer Konsumententscheidung beeinflusst werden. Es bedarf daher klarer gesetzlicher Vorgaben, die zudem Rechtssicherheit sowohl für Influencer als auch Unternehmen schaffen.

Forderungen:

- Einheitliche Standards für die Platzierung und Gestaltung von Impressumsangaben und Werbekennzeichnungen.
- Verpflichtende technische Lösung, z.B. durch verpflichtende Abfrage beim Hochladen von Inhalten.