

veröffentlicht von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

Was muss eine Influencerin in ihrem Auftritt bei Instagram als Werbung kennzeichnen?

Das Landgericht Köln entschied kürzlich, dass Postings einer Influencerin auf Instagram, für die keine Werbeeinnahmen geflossen sind, als Werbung gekennzeichnet werden müssen.

Aus der Pressemitteilung des Gerichts:

"Der Kläger ist ein Verein, der die Einhaltung des lautereren Wettbewerbs überwacht. Die Beklagte ist eine junge Influencerin, die im Bereich Mode und Lifestyle auf YouTube sowie auf ihrem unter einem Pseudonym laufenden Account bei Instagram regelmäßig Beiträge, Storys und Bilder veröffentlicht. Unter anderen werden auf dem Instagram Account Fotos so „getaggt“, dass der Name der Hersteller der von ihr getragenen Kleidungsstücke oder Accessoires angezeigt wird, sofern man das Bild anklickt. Klickt man dann auf den Namen der Unternehmen, die erscheinen, erfolgt eine Weiterleitung auf die Instagram-Seite des jeweiligen Herstellers.

Der Kläger rügt insgesamt drei solchermaßen „getaggt“ Bilder, die die Influencerin auf ihrem Instagram Account veröffentlicht hat. Eins der Posts zeigt die Beklagte in einem Wald. Sie fragt die Betrachter, welches Outfit sie wählen soll. Auf dem zweiten Posting sieht man die Influencerin gestylt, die erscheinenden Namen geben den Fotografen, den Stylisten, eine Kosmetikfirma sowie ein Lifestylemagazin wieder, von dem die Beklagte einen Preis verliehen erhielt. Auf dem dritten Posting posiert die Beklagte mit einem Dirndl auf dem Oktoberfest 2019.

Der Kläger ist der Ansicht, alle Posts müssten als Werbung gekennzeichnet werden, weil die Fotos einen kommerziellen Zweck verfolgen.

Die Beklagte hält die Posts ohne Kennzeichnung für zulässig, weil mit den verlinkten Unternehmen keine Werbeverträge bestünden. Sie habe die Tags aus redaktionellen Gründen gesetzt. Die Beklagte habe die Kleidung selbst gekauft und bezahlt. Alleine aus urheberrechtlichen Gründen habe sie den zweiten Post verlinkt. Zwar habe sie das Dirndl und die Handtasche auf dem dritten Post unverlangt zugeschickt bekommen, aber keine Werbeverpflichtung gehabt.

Das Landgericht Köln entschied nun, dass es sich bei allen Postings um Werbung handelt, die entsprechend kenntlich gemacht werden muss.

Auch wenn keine Werbeverträge zwischen der Influencerin und den Unternehmen bestehen, deren Kleidung und Accessoires sie trägt, handelt es sich doch um eine geschäftliche Handlung der Influencerin, die entsprechend gekennzeichnet sein muss.

Die Beklagte fördert mit ihren Bildern sowohl die Unternehmen, deren Kleidung und Accessoires sie trägt, als auch das eigene Unternehmen als Influencerin. Die fremden Unternehmen werden durch die sogenannte Aufmerksamkeitswerbung zumindest mittelbar in ihrem Absatz gefördert. Aber auch das eigene Unternehmen fördert die Beklagte, weil sie sich mit den Postings als potentielle Werbepartnerin präsentiert und so auch für ihre Posts wirbt, die sie gegen Entgelt auf ihrem Instagram Account

eingestellt hat. Das Landgericht ist der Ansicht, dass dies für das Posting mit der Frage nach dem Outfit und mit dem Bild vom Oktoberfest 2019 ohne weiteres vorliegt. Selbst bei dem Foto aus Anlass der Verleihung eines Preises liegt ein geschäftliches Handeln vor. Die redaktionellen Angaben der Beklagten reichen nicht aus, um den Beitrag als ausschließlich der Information und Meinungsbildung der Adressaten dienend anzusehen.

Nach Ansicht des Landgerichts Köln kommt es daher nicht entscheidend darauf an, ob die Beklagte für die Posts mit den Unternehmen eine Bezahlung erhält oder nicht. Es drohe auch keine Überkennzeichnung der Posts mit dem Begriff „Werbung“, die dann nicht mehr ernst genommen werden würde. Den Werbenden ist selbst überlassen, wie sie auf den kommerziellen Zweck ihrer geschäftlichen Handlungen hinweisen. Daher könnten diese auch als Eigenwerbung oder unbezahlte Werbung o.ä. bezeichnet werden."

Quelle: PM des LG Köln

Veröffentlicht von:

RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)

Rechtsanwalt