

PR-Ethik-Rat präsentiert Influencer:innen-Check

Wien, 17. Juni 2021 – Ein Instagram-Posting vor dem Lieblings-Friseursalon, im Modegeschäft mit dem Lieblingsoutfit in der Hand, vor dem Eingang eines Luxushotels – und tausende Follower:innen sehen das. Die Frage, wann und in welcher Form Postings als Werbung zu kennzeichnen sind, sollten sich alle stellen, die regelmäßig auf sozialen Plattformen und Netzwerken Beiträge posten. Mit dem neuen Influencer:innen-Check liefert der PR-Ethik-Rat eine praktische Hilfestellung für all jene, die bereits Influencer:in sind oder es noch werden wollen.

Die Zusammenarbeit mit Influencer:innen gehört für Agenturen, Kommunikations- und Marketingabteilungen oft zur Tagesordnung, doch nicht immer liegen den Kooperationen klassische Sponsoring-Verträge mit finanzieller Gegenleistung zugrunde: Gerade bei Postings für Lieblings-Geschäfte, Marken oder Produkte auf Social Media Kanälen wird die Einordnung von Werbung immer schwieriger – sowohl für die Follower:innen als auch für die Influencer:innen selbst. Ihnen allen möchte der PR-Ethik-Rat mit dem einfach gehaltenen Leitfaden mit klaren Check-Fragen eine unkomplizierte Hilfestellung geben. Mithilfe des sogenannten Influencer:innen-Checks können Social Media User:innen schnell überprüfen, ob sie ihre Postings als Werbung kennzeichnen sollten, um eine transparente und verantwortungsbewusste Kommunikation zu ermöglichen.

So funktioniert der Influencer:innen-Check

Auf der neu eingerichteten Seite des PR-Ethik-Rats können sich Social Media User:innen durch einen Pfad aus Fragen klicken, die sie jeweils mit „ja“ oder „nein“ beantworten. Dabei geht es unter anderem um die Sichtbarkeit von Produkten in Postings, die Reichweite einer Person, ihr Bezug zu den Follower:innen und die Form der Gegenleistung. Am Ende erhalten die Nutzer:innen drei mögliche Empfehlungen: Werbung mit Kennzeichnungspflicht, keine Werbung oder keine Werbung im klassischen Sinne. Dabei handelt es sich um Empfehlungen des PR-Ethik-Rates auf der Grundlage von Branchenkodizes.

#Werbung: Wie kennzeichne ich richtig?

Besteht bei einem Posting der Anschein, dass es sich dabei um Werbung handeln könnte, so ist eine Kennzeichnung vorgeschrieben. Grundlage dafür ist der Online-Kodex des PR-Ethik-Rates sowie das Mediengesetz, das folgende Bezeichnungen für bezahlte Inhalte als zulässig und eindeutig erkennbar festhält: „Werbung“ – „Bezahlte Anzeige“ – „Entgeltliche Einschaltung“. Daher empfiehlt der PR-Ethik-Rat auf Social Media Kanälen die einheitliche Verwendung des Hashtags #Werbung und den zusätzlichen Einsatz von integrierten Tools der jeweiligen Plattformen. Wie in anderen Medien auch, sollten Werbekennzeichnungen sofort und deutlich ersichtlich sein. Das bedeutet, dass der Hashtag #Werbung nicht unter dutzend anderen Hashtags versteckt werden darf. Wenn es sich um ein Video handelt, muss der werbliche Charakter bereits vor dem Öffnen des Videos sowie während der gesamten Abspieldauer erkennbar sein. Auch die Verlinkung auf Inhalte anderer Postings oder Seiten im Zuge einer Gegenleistung muss als #Werbung gekennzeichnet sein.

Entwicklung mit Einbeziehung von Branchenexpert:innen

Erarbeitet wurde der Influencer:innen-Leitfaden und die Website von einer eigenen Arbeitsgruppe im PR-Ethik Rat mit Pamina Hofstädter (Ratsmitglied und Senior Content Marketing Manager bei KURIER Digital), Christoph Riedl (Ratsmitglied und Generalsekretär für Kommunikation der Caritas Diözese St. Pölten), Peter Steinberger (Ratsmitglied und Geschäftsführer Domsich & Steinberger Beratung), Doris Steiner (ehem. Ratsmitglied und Managing Director Digital Ketchum Publico) sowie Michaela Wein (Ratsmitglied und Geschäftsführerin MOKS).

Der Influencer:innen-Check ist unter www.influencercheck.at bzw. www.influencerinnencheck.at erreichbar. Er stellt einen niederschweligen Zugangspunkt zu weiteren Regelwerken dar, die auf der Website des PR-Ethik-Rats verfügbar sind – darunter der PR-Online-Kodex und der kürzlich veröffentlichte Content-Marketing-Kodex (www.prethikrat.at/content-marketing-kodex). Vor diesem

Hintergrund gibt der PR-Ethik-Rat bei nächsten „PRofi-Treff“-Veranstaltungen des Public Relation Verband Austria (PRVA) weitere Einblicke zu den Themen Content Marketing und Influencing.

Über den PR-Ethik-Rat

Der Österreichische Ethik-Rat für Public Relations steht für die freiwillige Selbstkontrolle der heimischen PR-Fachleute. Er überwacht die Einhaltung ethischer Grundsätze in der Öffentlichkeitsarbeit, untersucht Streitfälle, zeigt Fehlverhalten und Missstände auf. Ein Schwerpunkt seiner Arbeit liegt darin, Positionen, Prinzipien und Definitionen ethisch korrekten Verhaltens in der PR auszuarbeiten und zu publizieren. Besonders gilt dies für jene Bereiche, in denen ethische Standards (noch) fehlen oder unklar definiert sind. Der PR-Ethik-Rat wird aufgrund von Beschwerden tätig und greift auch selbst Fälle auf. Dem Rat gehören 12 Mitglieder aus allen Bereichen der Gesellschaft an.

Rückfragen

Prof. Dr. Sabine Einwiller, Vorsitzende des PR-Ethik-Rats

E-Mail: office@prethikrat.at

Tel.: +43 1 4277 49319