

Wie viel Manipulation ist erlaubt?

Die Grenzen der Influencer.

Millionen folgen ihnen im Netz. Rechtlich bewegen sich die neuzeitlichen Ikonen der Werbung in Graubereichen.

STEPHAN KLIEMSTEIN

Auch im Internet gilt: Wer wirbt, muss das kennzeichnen. Doch eine Vielzahl von Prominenten und Influencern kümmert das wenig. Plattformen wie Instagram und YouTube gelten als unregulierter Werbeschmelge. Doch das stimmt nicht. Aktuelle Abmahnungen zeigen, dass „Influencer Marketing“ keine rechtliche Grauzone ist.

Was sind eigentlich Influencer?

Influencer (englisch „to influence“: beeinflussen) sind Stars im Netz. Sie haben viele Follower, also Fans, und zelebrieren auf Plattformen wie YouTube oder Instagram ein Leben im Luxus. Nebenbei präsentieren

einige von ihnen Produkte – nicht immer nur zum Spaß oder aus Begeisterung. Firmen bezahlen ihnen viel Geld dafür, dass sie Kosmetikprodukte zeigen, Lebensmittel konsumieren oder Kleidung und Schmuck tragen. So werden aus beliebten Web-Sternchen begehrte Werbe-Stars. Für die Betrachter, meist noch sehr jung, ist oft nicht klar, dass es sich um Werbung handelt.

Warum sind Unternehmen so heiß auf Influencer?
Für Unternehmen ist „Influencer Marketing“ eine spannende Alternative zu herkömmlichen Werbemethoden. Firmen nutzen die Reichweite von

Prominenten und den Stars der „Social-Media-Kanäle“, weil diese in der Zielgruppe meist hohe Glaubwürdigkeit und Authentizität genießen. In Wahrheit sind die Kleider, die Instagrammer, YouTuber und Blogger tragen, oft gesponsert. Luxusurlaube werden von Reiseveranstaltern bezahlt. Fotos sind gestellt. Und generell ist das aufregend inszenierte Jetset-Leben oft nur eine lukrative Show. Werbeagenturen haben das Potenzial von Influencern längst erkannt. Das zeigt eine Pressemitteilung, in der es heißt: „Pressevertreter und Influencer mögen sich bitte für die Veranstaltung akkreditieren.“

Wo liegen die rechtlichen Grenzen?

In Österreich gilt der Grundsatz, dass Werbung als solche auszuweisen ist. Geregelt ist das unter anderem im Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG). Man spricht dabei vom Grundsatz der Werbewahrheit. Zusätzliche Vorgaben sind im Mediengesetz und im E-Commerce-Gesetz enthalten. Im Anhang zum UWG, der sogenannten schwarzen Liste, die per se verbotene Handlungen aufzählt, findet sich auch der Tatbestand des „fälschlichen Auftretens als Verbraucher“.

Nach dem Mediengesetz müssen bezahlte Beiträge als „Anzeige“, „entgeltliche Einschaltung“ oder „Werbung“ gekennzeichnet sein. Es können auch andere Begriffe gewählt werden, solange deutlich genug erkennbar ist, dass es sich um eine entgeltliche Veröffentlichung handelt. Je jünger die angesprochene Zielgruppe, desto unmissverständlicher muss auf den werblichen Charakter hingewiesen werden. Bei der For-

mulierung ist Vorsicht geboten: Nicht ausreichend gekennzeichnete Beiträge oder Postings sind strafbar und können kostspielige Prozesse nach sich ziehen. Der Hinweis #ad wurde von deutschen Gerichten als nicht hinreichend gewertet.

Welche Beiträge sind zu kennzeichnen?
Ob eine Kennzeichnungspflicht besteht, ist von der vertraglichen Absprache, der Gegenleistung – einem Honorar oder Produktgeschenk – und von der konkreten Präsentation abhängig. Werden Produkte selbst gekauft und wird für die Bewerbung kein Geld bezahlt, braucht der Beitrag grundsätzlich nicht gekennzeichnet werden. Anders verhält es sich, wenn es eine Gegenleistung gibt oder das kostenlos zugesandte Produkt im Mittelpunkt des Beitrags steht. In diesen Fällen sollte auf den kommerziellen Aspekt hingewiesen werden. Das gilt auch für Affiliate-Marketing – ein Online-Vertriebsystem, bei dem Provisionen für Klicks, Kontaktaufnahmen oder tatsächliche Verkäufe bezahlt werden.

In Österreich gibt es dazu bisher keine gesicherte Rechtsprechung. Es ist aber davon auszugehen, dass nicht nur Influencer für eine ordnungsgemäße Kennzeichnung haften, sondern auch die Unternehmen, die sie beauftragen und bezahlen. Insofern ist nicht nur der Influencer für irreführende Inhalte verantwortlich, sondern unter Umständen auch die Firma im Hintergrund. Unternehmer und Werbeagenturen sind daher gut beraten, wenn sie beauftragte Influencer entsprechend instruieren.

Welche Folgen kann ein Verstoß haben?
Neben Strafen drohen bei Verstößen auch Klagen von Wettbewerbsverbänden und Mitbewerbern. Prozesse können bereits in der ersten Instanz viele Tausende Euro kosten. Eine entsprechende Absicherung im Vorfeld ist daher für alle Beteiligten wichtig.

Stephan Klieinstein ist Rechtsanwalt in Salzburg (König & Klieinstein Rechtsanwälte OG).



Influencer als Stars, denen alle folgen? Das Bild zeigt den Rattenfänger von Hameln.

BILD: SHUTTERSTOCK

Wenn es für Wanderer gefährlich wird

Wer im frei zugänglichen Wald Bäume schlägert, darf nicht auf ausreichende Absicherung vergessen.

Forstarbeiten sind immer gefährlich. Vor allem für die Waldarbeiter selbst, aber auch für Wanderer, wie ein jüngst vom Obersten Gerichtshof (OGH) bearbeiteter Fall zeigt. Die Höchstrichter hatten zu beurteilen, wie stark Forstarbeiter den Gefahrenbereich absichern müssen. Der Sicherheitsaufwand ist jedenfalls nicht zu unterschätzen.

Im konkreten Fall wurde eine Frau durch einen gefällten Baum schwer verletzt. Der Forstarbeiter hatte es unterlassen, eine Warntafel aufzustellen, obwohl der Baum auf einen Wanderweg fallen sollte. Er unterließ auch einen kurzen Kontrollblick auf den Gefahrenbereich, bevor er den Baum fällte. Es gab auch keinen Warnruf „Achtung, Baum fällt“.

Die Frau hatte auf dem markierten Wanderweg zwar ein Motorsägergeräusch wahrgenommen, ordnete dieses allerdings einem anderen Ort zu. Sie ging auf dem Weg weiter, ohne sich genauer im teilweise nicht

oder nur schlecht einseharen Gelände umzuschauen.

Der Forstarbeiter, den die Frau auf Schadenersatz klagte, wendete vergeblich ein, ihn treffe kein grobes Verschulden, die Klägerin sei an dem Unfall mit schuld. Die Höchstrichter billigten die Rechtsansicht des Berufungsgerichts, dass dem Beklagten ein nach dem Forstgesetz haftungsbegründendes grobes Verschulden und der Klägerin kein Mitverschulden zur Last fällt. Mangels Hinweises auf die Forstarbeiten durfte die Klägerin davon ausgehen, den (häufig frequentierten) Wanderweg gefahrlos benützen zu können. Aufgrund des wahrnehmbaren Säegeräusches musste sie noch nicht zwingend auf das Fällen eines Baums schließen, weil Säegeräusche auch bei sonstigen Holzarbeiten entstehen.

§ 176 Absatz 3 Forstgesetz schränkt die Haftung des Waldeigentümers oder sonstiger an der Waldbewirtschaftung mitwirken-

der Personen auf Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit ein, wenn „im Zusammenhang mit Arbeiten im Zuge der Waldbewirtschaftung ein an diesen nicht beteiligter Mensch getötet, an seinem Körper oder an seiner Gesundheit verletzt oder eine ihm gehörige Sache beschädigt wird“.

Entsteht der Schaden in einer gesperrten Fläche, wird nur für Vorsatz gehaftet. Diese Haftungseinschränkung hat über den Erholungsgebrauch des Waldes hinaus allgemeine Bedeutung und gilt nicht nur gegenüber dem Erholungs-suchenden. Sie gilt allerdings nicht zwischen und gegenüber den an der Waldarbeit Beteiligten.

Das Forstgesetz sieht befristete Sperrungen für Gefährdungsbereiche der Holzführung

und Holzbringung bis zur Abfuhrstelle auf die Dauer der Holzernarbeiten vor. Die Haftungseinschränkung des § 176 Forstgesetz bedeutet aber für sich noch keine Einschränkung der Sorgfaltspflicht. Jeder Holzfäller (= Fachmann) hat nach den Umständen des Einzelfalles die erforderliche und übliche zuzumutbare Vorsicht und Aufmerksam-

keit an den Tag zu legen. Dabei kommt es immer auch auf die konkreten Umstände an. Deshalb ist der angeführte OGH-Fall, bei dem der Baum aus Gründen der Arbeitersparnis gerade auf den Wanderweg fallen sollte, mit besonders strengen Maßstäben zu messen.

Martin Kind ist Univ.-Doz. für Öffentliches Recht, Uni Wien.

