

DEUTSCHER WERBERAT

Überarbeitete Social-Media-Leitlinien des Deutschen Werberatstreten am 1. August 2024 in Kraft

Information für werbende Hersteller alkoholhaltiger Getränke

Mit den Social-Media-Leitlinien wird sichergestellt, dass weder auf den eigenen Kanälen auf Social-Media-Plattformen der Unternehmen, noch beim Einsatz von Influencern Kinder und Jugendliche angesprochen werden oder kommerzielle Kommunikation an diese Altersgruppe weitergeleitet wird. Weiterhin stellen die Regeln sicher, dass auch in den Sozialen Medien und beim Einsatz von Influencern die Verhaltensregeln des Deutschen Werberats eingehalten werden. Überprüfen Sie Ihre Social-Media-Kanäle, ob die Vorgaben der Leitlinien erfüllt sind und weisen Sie Influencer, die für Sie tätig sind auf die Geltung der Verhaltensregeln des Deutschen Werberats hin.

Technische Einstellungen für Social-Media-Kanäle von Herstellern alkoholhaltiger Getränke

Die folgenden vier Vorgaben müssen deshalb bei eigenen Social-Media-Kanälen der Hersteller alkoholhaltiger Getränke erfüllt werden:

1. Alterschranke:

Auf Plattformen, die das Unternehmen für einen eigenen Kanal zur Werbung für alkoholhaltige Produkte nutzt, müssen die plattformspezifischen technischen Altersschranken genutzt werden, damit die Inhalte von minderjährigen Accounts nicht angesehen werden können.

Nur wenn eine Plattform ein solches Tool nicht zur Verfügung stellt, ist es ausreichend, einen Altershinweis zu nutzen, der deutlich macht, dass sich der Inhalt ausschließlich an Personen richtet, für die der Kauf und der Konsum von Alkohol gesetzlich erlaubt ist.

2. Weiterleitungsnachricht:

Damit keine Weiterleitung an Personen unterhalb des gesetzlichen Mindestalters erfolgen kann, müssen ebenfalls die technisch möglichen Vorkehrungen der jeweiligen Plattform genutzt werden.

Nur wenn eine solche technische Einstellung nicht vorhanden ist, ist es ausreichend, mit einem Hinweis die Besucher des Social-Media-Kanals darüber zu informieren, dass sich der Inhalt ausschließlich an Personen mit dem gesetzlichen Mindestalter richtet.

3. Hinweise zu nutzergenerierten Inhalten:

Wenn auf dem Kanal des Unternehmens nutzergenerierte Inhalte ohne vorherige Kontrolle von Dritten hochgeladen werden können, müssen Nutzer auf die Geltung der Verhaltensregeln des Deutschen Werberats hingewiesen werden und darauf aufmerksam gemacht werden, dass dem Werbekodex widersprechende Bilder/Spots/Kommentare gelöscht werden.

Dies kann beispielsweise mit der folgenden Information umgesetzt werden:

Dieser Kanal bewirbt alkoholhaltige Getränke und richtet sich an Erwachsene. Bitte die Inhalte deshalb nicht mit Minderjährigen teilen. Wir freuen uns über Kommentare, werden aber alle Inhalte löschen, die gegen geltendes Recht verstoßen oder nicht mit den Verhaltensregeln des Deutschen Werberats in Einklang stehen.

4. Transparenz:

Die Hersteller alkoholhaltiger Getränke müssen auf ihrem Kanal auf Social-Media-Plattformen klarstellen, dass es sich um einen offiziellen Kanal des Unternehmens handelt, um sich beispielsweise von Fanseiten, die durch Verbraucher erstellt wurden, abzugrenzen.

Beauftragung von Influencer zur Bewerbung alkoholhaltiger Getränke

Unternehmen müssen die für sie tätigen Influencer und Influencerinnen darauf hinweisen, dass in sämtlicher kommerzieller Kommunikation, die Influencer und Influencerinnen im Auftrag des Unternehmens veröffentlichen, die Verhaltensregeln des Deutschen Werberats zur kommerziellen Kommunikation für alkoholhaltige Getränke einzuhalten sind.

Stellt der Werberat einen Verstoß gegen den Kodex bei einer kommerziellen Kommunikation durch einen Influencer oder eine Influencerin im Auftrag eines Unternehmens fest, muss das Unternehmen die Löschung der kommerziellen Kommunikation verlangen.