

Influencer – auch für sie gibt es Regeln

Dass Weinwerbung sich in einem vernünftigen Rahmen bewegen muss, wissen mittlerweile die meisten. Aber gilt das auch für Social Media und insbesondere die eifrigen Influencer?

Über 90 Teilnehmer aus der Weinbranche informierten sich dazu auf dem Online-Workshop des Deutschen Werberats. Ein Zeichen von Interesse, aber auch von Unsicherheit, was denn jetzt geht und was nicht.

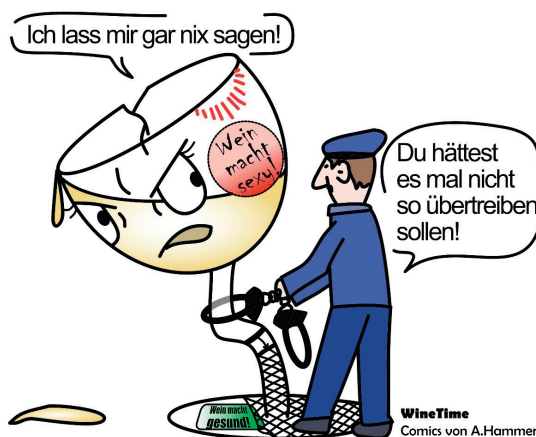
Ab August werden Social Media-Leitlinien in Kraft treten. Danach müssen die Hersteller auf die für sie tätigen Influencer hinwirken, die entsprechenden Verhaltensregeln des Deutschen Werberats einzuhalten. Auf diese muss zusätzlich verlinkt werden.

Das Wichtigste hierbei: keine Ansprache an Minderjährige und keine (wenn auch lustigen) Aufrufe zum Missbrauch. Das heißt zum Beispiel auf Instagram: »Super Abend mit einem super Riesling, kann mich aber nicht mehr dran erinnern!« – das geht nicht.

Fröhlich feiernde Weingenießer kann man natürlich zeigen, aber der Wein darf kein Schlüssel zum sozialen und sexuellen Erfolg sein. Also am besten jeden kausalen Zusammenhang meiden. Eine Anspielung über das »Schöntrinken« des Gegenübers... Mag stimmen, geht aber auch nicht.

Auch beim Dauerthema Kinder im Wingert oder im Familienweingut ist Vorsicht geboten. Wenn Sie mit der Kindergartengruppe deren Kinderwingert besuchen, vielleicht auch ein wenig mit ihnen darin arbeiten und das über Social Media kommunizieren, das geht. Aber bitte keine Bewerbung damit für die neue Burgrunder-Linie verbinden. Das sind nur Nuancen, aber wichtige für diejenigen, die unsere Branche mit Argusaugen verfolgen.

Hinweisen sollte man auch auf diejenigen, die von Gesetzes wegen keinen Wein konsumieren oder kaufen dürfen,



wie Minderjährige. Man kann dazu einen separaten Altershinweis oder plattformspezifische Altersschränken nutzen. Facebook, Instagram und YouTube haben diese technische Einstellung. Auch wenn das umgangen werden kann, haben Sie Ihrer Sorgfaltspflicht genüge getan.

Was soll das alles? Haben wir nicht schon genug Regeln? Warum reguliert sich die Branche selbst? Die Einhaltung der Werberegeln ist zwingend notwendig, um restriktivere Schritte zu vermeiden. Deutschland hat (noch) eine der liberalsten Regeln

in Europa. Damit das so bleibt und wir weiterhin noch mit Menschen und Emotionen für ein solch emotionales Produkt wie Wein werben dürfen, müssen wir Steilvorlagen vermeiden für diejenigen, die am liebsten Weinwerbung ähnlich wie bei Tabakerzeugnissen verbieten würden.

» Auch beim Dauerthema Kinder im Wingert oder Familienweingut ist Vorsicht geboten. «

Dr. Claudia Hammer

sieht die Einhaltung der Werberegeln als zwingend notwendig, um restriktivere Schritte zu vermeiden.

