

PM 05/16

Werbung auf YouTube: Transparenz ist ein Zeichen für Qualität! MA HSH-Veranstaltung auf der SocialMediaWeek 2016

Norderstedt, den 26. Februar 2016 - Soziale Netzwerke und Plattformen sind voll mit Videos, in denen Marken und Produkte in die Kamera gehalten werden - so manches Mal mit freundlicher Unterstützung des Herstellers. Aber wo beginnt eigentlich Schleichwerbung und was ist Produktplatzierung? Um für Produzenten und Nutzer Klarheit zu schaffen, haben die Medienanstalten zu diesen Fragen 2015 ein [FAQ-Papier](#) entwickelt. Aber ist diese Form der Regulierung in Sozialen Netzwerken überhaupt notwendig oder erkennen Nutzer Schleichwerbung und strafen unglaubliche YouTuber ab?

Auf der Grundlage des FAQ-Papiers diskutierten rund 100 Gäste auf der MA HSH-Veranstaltung „Die Regulierungs-Challenge - Schleichwerbung auf YouTube“ im Rahmen der SocialMediaWeek in der Hamburger Markthalle die Besonderheiten und Anforderungen an Werbung in Social Media und auf YouTube.

Thomas Fuchs, Direktor der MA HSH hob in seiner Begrüßung die Notwendigkeit von Werberegeln auf YouTube & Co. hervor und forderte mehr Transparenz: „Auch wer sich klug und aufgeklärt in sozialen Netzwerken bewegt, möchte wissen, ob er eine Meinung oder eine Werbebotschaft vermittelt bekommt.“

Cornelia Holsten, Direktorin Bremische Landesmedienanstalt und Koordinatorin Fachausschuss Regulierung der Medienanstalten, wies auf den Wunsch der User nach noch mehr Aufklärung hin: „Keiner steht morgens auf und sagt ‚Heute verstoß ich mal so richtig gegen den Rundfunkstaatsvertrag‘ - es liegt an der Unsicherheit, dass diese Verstöße auftauchen. Und es gibt das Bedürfnis, sich absichern zu wollen.“

Thomas Spiller, Head of Brand Solutions Endemol beyond, stellte fest: „Transparenz in der Ausweisung von Werbung ist ein Zeichen für die Qualität eines YouTube-Kanals!“

Marius Voigt, Geschäftsführer Standort Berlin, Agenturgruppe fischerAppelt (Creative Content Group), machte deutlich: „Wir finden, dass selbstbewusste Marken ganz offen mit relevanten Inhalten in Verbindung gebracht werden sollen und so davon profitieren.“

Daniel Gatzke, erfolgreicher YouTuber mit dem Kanal SceneTakeTV hielt das FAQ-Papier der medienanstalten für einen guten ersten Schritt, er wünsche sich jedoch noch mehr Aufklärung für den User und befürworte sogar härtere gesetzliche Vorgaben. Er machte klar: „Schleichwerbung bleibt auf YouTube nicht ungestraft, die Community rebelliert! Gesetze gibt's nicht umsonst, man sollte junge User schützen. Denn, wenn jemand etwas empfiehlt ohne klarzumachen, dass er dafür Geld bekommt, grenzt das an Gehirnwäsche.“

Moderiert wurde die Veranstaltung von Sarah Pust, Journalistin und Mitbegründerin der Digital Media Women.

Die SocialMediaWeek vom 22. bis 26. Februar 2016 findet bereits zum fünften Mal in Hamburg statt. Erwartet werden mehr als 3.000 Gäste, die an mehr als 150 Veranstaltungen teilnehmen können. Globales Veranstaltungsmotto ist in diesem Jahr: „The invisible Hand: Hidden Forces of Technology (and How We can Harness it for Good)“

Weitere Informationen unter <http://socialmediaweek.org/hamburg/>

Bei Fragen zu dieser Pressemeldung wenden Sie sich bitte an die Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH), Pressesprecherin Simone Bielfeld, Telefon 040 / 36 90 05-28, E-Mail bielfeld@ma-hsh.de. Weitere Informationen über die MA HSH sind unter www.ma-hsh.de verfügbar.