

Frankfurt, Februar 2017

Kolumne

Das Etikett nicht vergessen!

Influencer-Marketing ist derzeit in aller Munde. Der neueste digitale Marketing-Trend ist dabei längst keine Nischen-Erscheinung mehr. Immer mehr Marken und Kunden setzen auf die Produktempfehlung von Bloggern und Meinungsbildnern und können damit eine ganz neue Markenwahrnehmung und Reputation ihres Unternehmens in der Community erzielen.

Auch wenn Influencer-Marketing so eine ganz neue Art der Werbung ermöglicht – die wichtigste Grundregel gilt auch für den neuen Trend: Werbung, in welcher Form auch immer, muss auch als solche erkennbar sein! Das hat rechtliche Gründe (Gesetz gegen Schleichwerbung bzw. unlauteren Wettbewerb), vor allem aber Reputationsgründe. Denn nichts schadet dem Image nachhaltiger, als wenn Zielgruppen sich nicht ernst genommen oder belogen fühlen. Der Imageschaden und damit Vertrauensverlust trifft dabei alle, die Marke, den Blogger, den Vermarkter – und am Ende das ganze Genre selbst. Denn besonders im Influencer-Marketing ist die Währung Glaubwürdigkeit!

Leider wird genau dieser Wert derzeit stellenweise beschädigt. Denn auf allen Seiten, egal ob auf Blogger-Seite, seitens der Werbungtreibenden oder bei den vermittelnden Marktplätzen, gibt es teilweise Partner, die auf die wichtige Kennzeichnung verzichten. Die Gründe dafür mögen vielfältig sein, vielleicht hat der ein oder andere Blogger Sorge, damit Follower zu verlieren oder Marken fürchten, dass die Botschaft dann nicht mehr so gut angenommen wird. Doch das Gegenteil wird der Fall sein. Eben genau dann, wenn Nutzer eine solche „Verdunkelungstaktik“ entdecken, werden sie sich von ihrem Vorbild abwenden und die erhoffte Werbewirkung verpufft vollständig. Vor allem aber wird damit eine gerade sich erst entwickelnde digitale Disziplin ggf. nachhaltig geschädigt und wird als zwielichtig und unseriös abgestempelt.

Gerade als Experten für die digitale Währung können wir nur appellieren, sich an die „Spielregeln“ zu halten, egal, ob es sich um Influencer-Marketing oder eine andere digitale Marketing-Disziplin handelt. Denn nur dann kann der digitale Markt wachsen und seine Stärken nutzen!