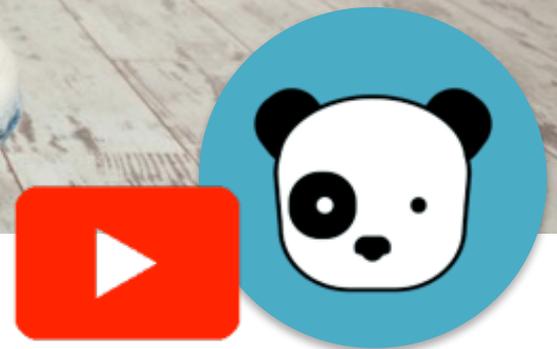




„Weißer Panda“ für Werbetreibende

Antworten auf Werbefragen  
für YouTube und Kids



Hinweise für Werbung auf YouTube:

Worauf müssen Werbetreibende achten?

Wenn Sie noch Fragen haben:  
[panda@wunderstudios.com](mailto:panda@wunderstudios.com)

Creator, die Inhalte auf YouTube und anderen sozialen Netzwerken erstellen, sind Teil der Öffentlichkeit und haben für viele Kinder und auch deren Familien eine Vorbildfunktion. Ihre Fans vertrauen ihnen und legen Wert auf ihr Urteil, ihre Meinung und ihre Einschätzung. Besonders für Werbetreibende haben diese Influencer deshalb eine immer größere Bedeutung als Markenbotschafter, indem sie Produkte und Dienstleistungen authentisch präsentieren.

Die Landesmedienanstalten haben die „FAQs – Antworten auf Werbefragen in sozialen Medien“ veröffentlicht, um volljährigen Künstlern eine Orientierung für den Umgang mit Werbung in sozialen Netzwerken zu geben. Sobald ein Großteil der Zielgruppe jedoch Kinder darstellt, sieht der Gesetzgeber in Deutschland erweiterte Regelungen für den Umgang mit Werbung vor.

Der „Weiße Panda“ für Werbetreibende soll nun auch Firmen dabei helfen schnell zu erkennen, ob die von Ihnen in Auftrag gegebenen Kampagnen den gesetzlichen Mindestanforderungen entsprechen. So stellen Werbetreibende sicher, dass Ihre Markenbotschaft auch in der besonders schützenswerten Zielgruppe Kinder sicher platziert wird und schützen sich so vor möglichen Imageschäden.



## Die Unerfahrenheit von Kindern muss geschützt werden

Wenn ein Großteil der Zielgruppe Kinder sind, muss deren Unerfahrenheit besonders in der Unterscheidung von Werbevideos und den eigenen Inhalten des Creators geschützt werden.

### Was bedeutet das für Werbetreibende?

Das bedeutet im Speziellen, dass Produkte in Werbevideos vorgestellt werden dürfen, jedoch **ohne direkte Kaufappelle** an die Zuschauer. Kinder dürfen auch nicht unmittelbar aufgefordert werden ihre Eltern oder Dritte zum Kauf oder der Miete von Waren oder Dienstleistungen zu bewegen.

## Dauerwerbesendungen gegenüber Kindern sind unzulässig

Videos mit einer Länge von über 90 Sekunden sind Dauerwerbesendungen und gegenüber Kindern verboten. Werbevideos auf Kids Kanälen sind daher **auf 89 Sekunden beschränkt**.

## Produktplatzierungen gegenüber Kindern sind unzulässig

Anders als bei Erwachsenen dürfen unabhängig vom Wert des Produktes **keine Produktplatzierungen** gegenüber Kindern durchgeführt werden.

### Wann liegt eine Produktplatzierung vor?

Eine Produktplatzierung liegt vor, wenn der Schwerpunkt des Videos aus redaktionellen Inhalten besteht, die der Creator erzählt, bei denen es aber auch um klar erkennbare Produkte geht. Wenn sich das gesamte Video um ein bestimmtes Produkt oder eine bestimmte Marke dreht, handelt es sich nicht um eine Produktplatzierung.

## Werbevideos müssen immer als solche gekennzeichnet werden

„Werbung muss als solche leicht erkennbar und vom übrigen Inhalt der Angebote angemessen durch optische und akustische Mittel räumlich abgegrenzt sein (§ 58 Absatz 3 in Verbindung mit §7 Abs. 3 Rundfunkstaatsvertrag).“

### Akustische Kennzeichnung:

Zu Beginn des Werbevideos auf Kids Channels weisen die Creator mündlich auf den werblichen Charakter hin.

### Optische Kennzeichnung:

Der Begriff „Werbevideo“ wird dauerhaft und gut lesbar im Video auf Kids Channels eingeblendet. Die Einblendung erfolgt ebenfalls am Ende des Titels und in der Infobox.