economiesuisse

ICC-Richtlinien für «Native Advertising»

«Native Advertising» ist Werbung, die in redaktionelle Beiträge eingebettet ist und immer beliebter wird. Die Werbe- und Marketingkommission der Internationalen Handelskammer hat nun ihre bestehenden globalen Richtlinien um drei Prinzipien zum «Native Advertising» als neuer Werbeform ergänzt. Diese sollen sicherstellen, dass Transparenz und das Vertrauen der Konsumentinnen und Konsumenten auch bei modernen Werbeformen, die unterhaltend oder newsorientiert sind, gewährleistet bleiben.

Die Internationale Handelskammer (ICC) hat globale Regeln (ICC Code of Advertising and Marketing Communications Practice) erlassen, an die sich Unternehmen im Geschäftsalltag halten sollen. Einzelne dieser Bestimmungen erhalten im Zusammenhang mit dem «Native Advertising» als neuer Werbeform eine noch zentralere Bedeutung. Anders als beispielsweise Bannerwerbung kann «Native Advertising» mit anderen Personen geteilt oder weitergeleitet werden. Da diese Werbeform in den redaktionellen Teil eingebettet und an das Nutzungsverhalten der Konsumenten angepasst wird, wirkt sie weniger aufdringlich und wird auch von den Werbeblockern nicht erfasst. Diese Werbeform wird daher zunehmend beliebter.

Drei Prinzipien stehen im Vordergrund, die in verschiedenen Regeln bereits im bestehenden ICC Code vorhanden sind:

1. Werbung sollte als Werbung erkennbar sein, auch wenn diese im redaktionellen Umfeld eingebettet ist.

2. Die Identität des Werbers ist klar feststellbar.

3. Impressum (Offenlegung) ist prominent und für Konsumenten verständlich formuliert.

Die Einhaltung dieser Grundsätze gewährleistet, dass das Vertrauen der Konsumenten nicht durch mangelnde Erfahrung oder fehlendes Wissen ausgenützt wird. Die Konkretisierung im Einzelfall bedarf jedoch immer einer seriösen Abwägung im entsprechenden Kontext und erfordert Respekt für innovative Werbeinhalte, die unterhaltend sind oder einen Aktualitätsbezug haben.

Mit den ICC-Werbeempfehlungen sollen verfehlte Praktiken auf der ganzen Welt erfasst werden. So soll auch verhindert werden, dass die Regeln umgangen werden. Diese Regeln werden durch die Experten in der ICC-Werbe- und -Marketingkommission erarbeitet. Die Schweizer Experten für diese Kommission werden vom schweizerischen Nationalkomitee, ICC Switzerland, bestimmt, das seinen Sitz bei economiesuisse hat. Dort sind auch alle einschlägigen ICC-Empfehlungen erhältlich. Die ICC-Empfehlungen dienen auch als Basis und Orientierung für die Schweizerische Lauterkeitskommission, die als neutrale, unabhängige Institution gegen unlautere Werbung vorgehen kann.

Den ICC Guide on Native Advertising finden Sie (vorerst nur in Englisch) unter folgendem Link.

Weitere Informationen:

ICC Switzerland: www.icc-switzerland.ch

Lauterkeitskommission: http://www.faire-werbung.ch/