



# KAUFENTSCHEIDUNG VON JUGENDLICHEN DURCH YOUTUBE SOCIAL INFLUENCER

**Mit welchen Methoden beeinflussen YouTuber der  
Beautybranche ihre Zielgruppe auf YouTube?**

**- Eine ethische Betrachtung -**

Jonas Strunk, Hochschule Magdeburg-Stendal

Cornelia Ablinger, Monika Gradl, Phillip Burmester; Johannes-Kepler-Universität Linz

## GLIEDERUNG

- Ausgangslage und Problemstellung
- Forschungsfrage und Forschungsgegenstand
- Forschungsdesign
- Kriterien zur ethischen Verhaltensanalyse
- Kurze Vorstellung der untersuchten YouTuber
- Ergebnisse der Untersuchung
- Ethische Beurteilung der Verhaltensweisen der YouTuber
- Auswertung und Beantwortung der Forschungsfrage
- Ausblick

# AUSGANGSLAGE UND PROBLEMSTELLUNG I

- Rasante Entwicklung von Sozialen Netzwerken
- Möglichkeiten zur Imagepflege und Werbung für Unternehmen
- Produktplatzierungen und Brand Placement in TV und Filmen
- **Problem: mangelnde Kennzeichnung von Product Placement  
Schleichwerbung**



# AUSGANGSLAGE UND PROBLEMSTELLUNG II

- Besonders Kinder und Jugendliche anfällig für Schleichwerbung  
(Quelle: Studie Defy Media [2015])
- Laut Deutschem Mediengesetz ist gekennzeichnete Produktplatzierung erlaubt
- **Schleichwerbung ist verboten:**  
UWG §5 Abs. 1 Nr.4  
Rundfunkstaatsvertrag §7 Abs. 7
- Grauzone auf YouTube zwischen gesetzlichen Vorschriften und täglicher Anwendung  
Klare gesetzliche Richtlinien in den klassischen Massenmedien
- Bekannte YouTuber mit großen Reichweiten haben eine enorme potentielle Werbewirkung



# BEISPIELE FÜR SCHLEICHWERBUNG



dm HAUL + riesige VERLOSUNG ♥ BibisBeautyPalace



**Jonas Strunk**, Hochschule Magdeburg-Stendal  
Cornelia Ablinger, Monika Gradl, Phillip Burmester; Johannes-Kepler-  
Universität Linz

# FORSCHUNGSFRAGE

Welche Werbemethoden benutzen YouTube  
Influencer in ihren YouTube Videos  
und wie sind sie ethisch zu bewerten ?

# FORSCHUNGSDESIGN

- Qualitative Videoanalyse zur Untersuchung der Werbemethoden
- Jeweils Acht Videos von Vier YouTubern; Insgesamt 32 Videos  
Zeitraum: 30.10.2016 bis 30.12.2016
- Interpretierende Analyse; Nachvollziehen der handelnden Akteure

# KRITERIEN ZUR ETHISCHEN VERHALTENSANALYSE

- YouTube-Videos in einer Grauzone zwischen persönlichen Empfehlungen und kommerzieller Kommunikation
- Juristischer Fall:  
Youtube Influencer Sami Slimani wurde 2014 von der Landesmedienanstalt Baden-Württemberg wegen Schleichwerbung abgemahnt
- 3 Kriterien zur Analyse des Verhaltens der YouTuber:
  - Wahrhaftigkeit
  - Authentizität
  - **Transparenz**  
(Quelle: Köberer [2015])





## KURZE VORSTELLUNG DER UNTERSUCHTEN YOUTUBER I

### **Bibis BeautyPalace**

Abonnenten: 4.299.506

Anzahl Views: 1.170.493.697

### **Dagi Bee**

Abonnenten: 3.377.907

Anzahl Views: 621.893.079



## KURZE VORSTELLUNG DER UNTERSUCHTEN YOUTUBER II

**Sami Slimani**

Abonnenten: 1.644.588

Anzahl Views: 202.383.897

**Nilam**

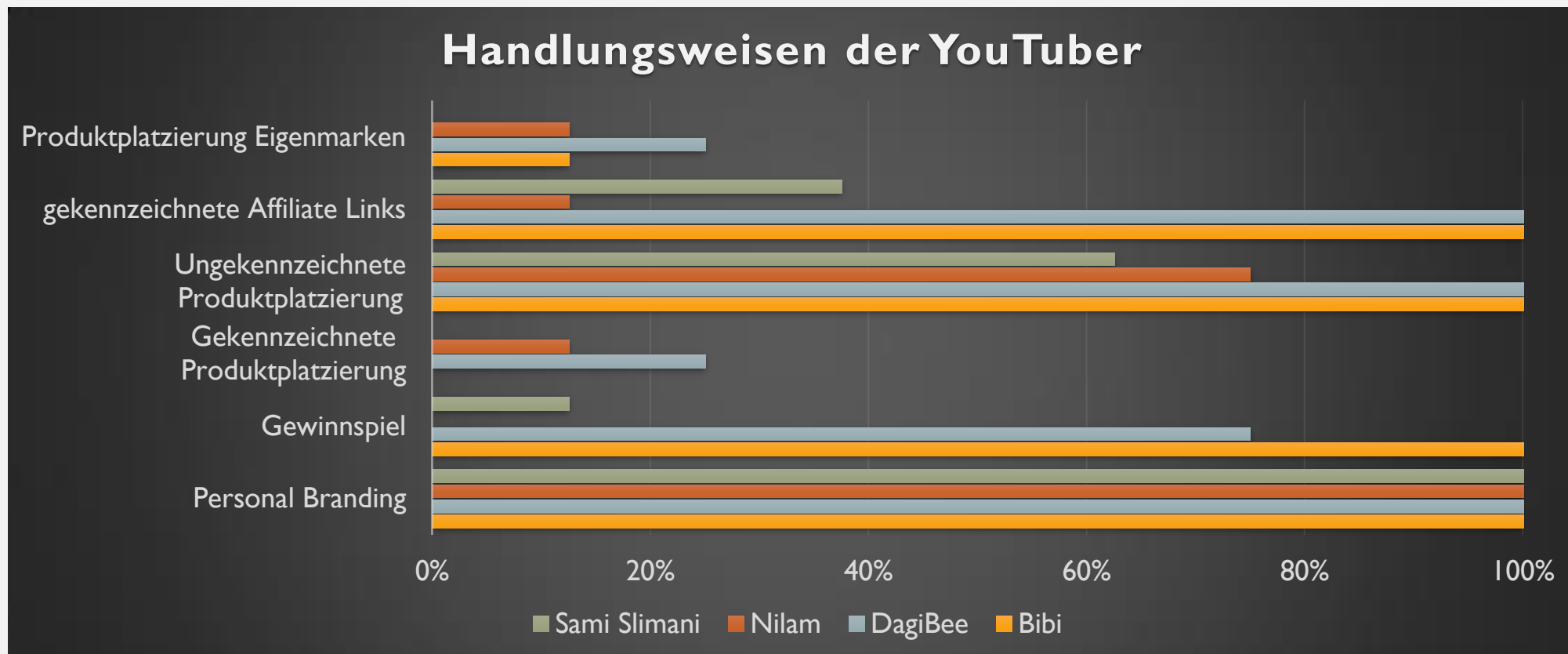
Abonnenten: 1.127.810

Anzahl Views: 234.740.473

**Jonas Strunk**, Hochschule Magdeburg-Stendal

Cornelia Ablinger, Monika Gradl, Phillip Burmester; Johannes-Kepler-Universität Linz

# ERGEBNISSE DER UNTERSUCHUNG I



## ERGEBNISSE DER UNTERSUCHUNG II

- Zusammenfassung zu 3 Methoden:
  - Personal Branding
  - Affiliate Links
  - Produktplatzierungen
- Gegenüberstellung zu unserem Kriterium **Transparenz**

Mein VLOG CHANNEL abonnieren!

► <http://youtube.com/samivlogs>

MEINE NEUE WEBSEITE - als Startseite speichern!

<http://samislimani.com>

Folgt mir hier !

SNAPCHAT! → <http://snapchat.com/add/SamiSlimani>

Facebook! → <http://www.facebook.com/samislimaniof...>

Twitter! → <http://www.twitter.com/samislimani>

Instagram! → <http://instagram.com/samislimani>

Kamera: Canon Eos 600D <http://amzn.to/1rkVD1K> \*\*

Altes Schnittprogramm: Magix Video Deluxe <http://amzn.to/1vAbAPa> \*\*

Aktuelles Schnittprogramm: iMovie

Meine Softboxen: <http://amzn.to/1lUvd3W> \*\*

\*\* Affiliate Links.

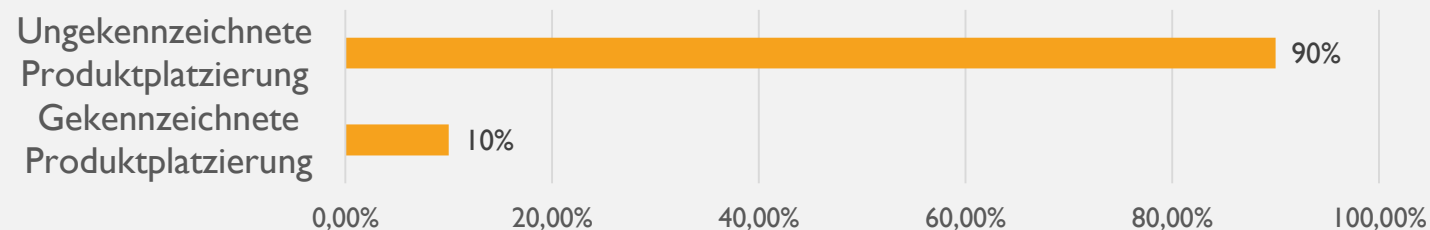
Das heißt über die Links generierten Umsatz wird je nach messbaren Erfolg Provision gezahlt.  
Ihr könnt euch die Produkte natürlich auch gerne woanders kaufen :) Der Link ist lediglich ein Vorschlag,  
damit ihr euch das Produkt mal anschauen könnt :)\*

## ETHISCHE BEURTEILUNG DER VERHALTENSWEISEN DER YOUTUBER I

- Personal Branding:  
Form der Bewerbung der eigenen Person, Links zu anderen Social Media Profilen in der Infobox ➤ **Transparent und ethisch akzeptabel**
- Affiliate Links:  
In 63% der Videos vorhanden  
Zu 100% gekennzeichnet ➤ **Transparent und ethisch akzeptabel**

# ETHISCHE BEURTEILUNG DER VERHALTENSWEISEN DER YOUTUBER II

## Kennzeichnung von Produktplatzierungen



- In 27 der untersuchten Videos waren Produktplatzierungen vorhanden
- Wenn die Methode Produktplatzierungen angewendet wurde, wurden die Produkte zu 90% nicht gekennzeichnet
- Nur 10% richtig gekennzeichnet und damit *transparent*
- **Ethisch fragwürdig**

# AUSWERTUNG UND BEANTWORTUNG DER FORSCHUNGSFRAGE I

- 3 gefundene Methoden zur Beeinflussung der Zielgruppe:
  - Personal Branding ➤ **ethisch vertretbar**
  - Affiliate Links ➤ **ethisch vertretbar**
  - Produktplatzierungen ➤ Wenn gekennzeichnet: **ethisch vertretbar**  
Wenn nicht gekennzeichnet: **Nicht vertretbar**

# AUSWERTUNG UND BEANTWORTUNG DER FORSCHUNGSFRAGE II

- Nicht gekennzeichnete Produkt Platzierungen:  
In **90%** der Fälle vorhanden
- Aus ethischer Sicht: Keine transparente Kommunikation
- Benötigt werden klare gesetzliche Regelungen für Unternehmen und YouTuber,  
sowie entsprechende Konsequenzen bei Fehlverhalten



# AUSBLICK

- Es werden klare Regelungen für YouTube benötigt und einheitliche Standards für die Kennzeichnung von Produktplatzierungen
- Rundfunkstaatsvertrag muss erneuert werden (letzte Version datiert vom 01.01.2013 und wurde 2010 beschlossen)
- YouTube im Deutschen Mediengesetz als relevantes Medium definieren
- Die werbenden Unternehmen selbst in die Pflicht nehmen
- Härtere und schnellere Bestrafung von Vergehen

DANKE FÜR DIE  
AUFMERKSAMKEIT

# QUELLEN I

- {BS94} Balasubramanian, Siva K.: Beyond Advertising and Publicity: Hybrid Messages and Public Policy Issues, in: Journal of Advertising, 1994.
- {Ci01} Cialdini, Robert: Influence: Science and practice. Allyn & Bacon, Boston, 2001.
- {Da02} Davidson, Kirk.: The Moral Dimension of Marketing: Essays on Business Ethics; Chicago, 2002.
- {DNO14} Diergarten, Anna Katharina/Niedling, Gerhild/Ohler, Peter: Beeinflussung von Kindern und Jugendlichen durch Werbung in den neuen Medien. In: PORSCH, Torsten und PIESCHL, Stephanie (Hrsg.): Neue Medien und deren Schatten: Mediennutzung, Medienwirkung und Medienkompetenz. Göttingen u.a.: Hogrefe, 2014.
- {Fr15} Früh, Werner: Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. 8., überarb. Aufl., UVK Verlagsges., Konstanz, 2015.
- {Gö06} Göbel, Elisabeth.: Unternehmensethik – Grundlagen und praktische Umsetzung; Stuttgart, 2006.
- {GBK00} Gupta, Pola B./Balasubramanian, Siva K./Klassen, Michael J.: Viewers' Evaluation of Product Placement in Movies: Public Policy Issues and Managerial Implications, in: Journal of Current Issues and Research in Advertising, S. 41-52, 2000.
- {HB07} Hansen, Morten T., Birkenshaw, Julian: The innovation value chain, in: Harvard Business Review, Band 85, S.121-130, 2007
- {Ho06} Homann, Meike: Zielgruppe Jugend im Fokus der Werbung. Verbale und visuelle Kodierungsstrategien jugendgerichteter Anzeigenwerbung in England, Deutschland und Spanien. Hamburg: Kovac,2006.
- {KT17} Knoblauch, Hubert, Tuma, René: "Videoanalyse." In Handbuch Körpersoziologie: Band 2: Forschungsfelder Und Methodische Zugänge, edited by Robert Gugutzer, Gabriele Klein, and Michael Meuser, Springer Fachmedien Wiesbaden, 409–22., 2017.

## QUELLEN II

- {Kö15} Köberer, Nina: "Pubertierende Siftung Warentest Von Jugendlichen Für Jugendliche: Ein Medienethischer Blick Auf Haul-Videos.," *Communicatio Socialis* 48, no. 3, S. 265–75.,2015.
- {La12} Lammenett, Erwin: *Praxiswissen Online-Marketing: Affiliate- Und E-Mail-Marketing, Suchmaschinenmarketing, Online-Werbung, Social Media, Online-PR*, Aachen, 2012.
- {MZ03} McKechnie, Sally A./Zhou, Jia: Product Placement in Movies: A Comparison of Chinese and American Consumers' Attitudes, in: *International Journal of Advertising*, 22 (3), S. 349-374, 2003.
- {MF02} Morton, Cynthia R./Friedman, Meredith: I Saw it in the Movies: Exploring the Link Between Product Placement Beliefs and Reported Usage Behavior, in: *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 24 (2), S. 33-40, 2002.
- [Pe09] Pepels, Werner (2009): *Handbuch des Marketings*, 5., völlig überarbeitete und erweiterte Auflage, München, 2009.
- [PPI1] Power, Daniel J./Phillips-Wren Gloria: Impact of Social Media and Web 2.0 on Decision-Making, *Journal of Decision Systems*, 20 (3), S. 249-261, 2011.
- [RM13] Reinecke, Sven/Manger, Felicitas: „Alle anderen haben das auch!“. Jugendliche und Marken. In: Thomas, Peter Martin und Calmbach, Marc (Hrsg.): *Jugendliche Lebenswelten. Perspektiven für Politik, Pädagogik und Gesellschaft*. Berlin; Heidelberg: Springer, 2013.
- [Sc07] Schumacher, Pascal: *Effektivität Von Ausgestaltungsformen Des Product-Placement*, 2007
- [TK09] Tully, Claus J./Krug, Wolfgang: *Konsum und Umwelt im Jugendalter. Eine Sekundäranalyse*. München: Deutsches Jugendinstitut, 2009.

# QUELLEN III

- **Artikeln aus dem Web:**

- [Br16] <http://www.bravo.de/bibisbeautypalace-bianca-heinicke-ist-die-bestverdienendste-youtuberin-369986.html> (abgerufen 12.02.2017)
- [De15] <http://www.defymedia.com/> (abgerufen 07.02.2017)
- [Eg16] Egles, Wiebke: YouTube Stars: Vorbilder oder Influencer?, 2016. <http://medienbewusst.de/internet/20160622/youtube-stars-vorbilder-oder-influencer.html> [heruntergeladen am 02.01.2017]
- [EL08] EUR-Lex: Ausübung der Fernseh- und Rundfunkstätigkeit: Richtlinie "Fernsehen ohne Grenzen", 2008. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=URISERV%3A124101> [heruntergeladen am 04.01.2017]
- [Ha13] Hager, Charlotte: Studie zur Nutzung von Social Media. Markt Diagnostik & Strategieberatung, 2013. <http://www.ambuzzador.com/wp-content/uploads/2012/05/Studie-zur-Nutzung-von-Social-Media.pdf> [heruntergeladen am 07.01.2017]
- [HOM16] HOM (Hybrid Marketing Communication): Influencer Marketing: Werben mit digitalen Meinungsführern, 2016. Auszug von <http://www.jomhh.de/influencer-marketing-werben-mit-digitalen-meinungsfuehrern/> [heruntergeladen am 07.01.2017]
- [Ko16] Kolbrück, Olaf: Influencer Marketing: Wo YouTube-Stars für den Handel trommeln, 2016. Auszug aus <http://etailment.de/news/stories/Influencer-Marketing-Wie-holt-man-einen-Youtube-Star-an-Bord-3972> [heruntergeladen am 07.01.2017]
- [Me14] Meyer, Sascha: Schleichwerbung in Internet-Videos?, 2014, <http://www.stuttgarter-nachrichten.de/inhalt.youtube-star-sami-slimani-schleichwerbung-in-internet-videos.7b5f12bd-2cac-43a2-b688-d8187386132b.html>. [heruntergeladen am 01.02.2017]
- [Pr15] Pramböck, Conrad: Was YouTuber verdienen, 2015. <http://derstandard.at/2000018860070/Was-YouTuber-verdienen> [heruntergeladen am 04.01.2017]
- [Sa14] Sagatz, Kurt: Medienanstalten werfen YouTube-Stars Schleichwerbung vor, 2014, <http://www.tagesspiegel.de/medien/y-titty-und-daaruum-medienanstalten-werfen-youtube-stars-schleichwerbung-vor/9672482.html> [heruntergeladen am 04.01.2017]
- [Ss17] Schneider, Siegfried. **Hinweise auf Produkte bei Youtube & Co:** „Darf ich das? Wie darf ich das?“ . die medienanstalten – ALM GbR. [http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Publikationen/FAQ-Flyer\\_Werbung\\_Social\\_Media.pdf](http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Publikationen/FAQ-Flyer_Werbung_Social_Media.pdf). [heruntergeladen am 04.02.2017]
- [Wo14] Wong, Kyle: The Explosive Growth Of Influencer Marketing And What It Means For You, 2014. <http://www.forbes.com/sites/kylewong/2014/09/10/the-explosive-growth-of-influencer-marketing-and-what-it-means-for-you/2/#3576779e455f> [heruntergeladen am 07.01.2017]

# UNTERSUCHTE VIDEOS I

- Sami Slimani 10 coole WEIHNACHTSGESCHENK-IDEEN für MÄDCHEN | JUNGS & JEDEN! 18.12.2017. <https://www.youtube.com/watch?v=ztL-fxfmcAQ&t=7s> [heruntergeladen am 30.12.2016]
- Sami Slimani. DIY CHALLENGE: EINHORN KEKSE | SAMI VS. MARVYNMACNIFICENT! 15.12.2016 <https://www.youtube.com/watch?v=UhGE6QEGPTs> [heruntergeladen am 30.12.2016]
- Sami Slimani. 3 einfache DIY WEIHNACHTSGESCHENK IDEEN für JEDEN! 08.12.2016 <https://www.youtube.com/watch?v=FjCBAJu9xRg> [heruntergeladen am 30.12.2016]
- Sami Slimani. KRASSE 100 EURO METALL FOLIEN MASKE im LIVE - TEST...WTF!?! 04.12.2016 <https://www.youtube.com/watch?v=7lrhrv6Ars4> [heruntergeladen am 30.12.2016]
- BibisBeautyPalace. 25.12.2016 Unser WEIHNACHTEN bei 40 °C in Rio de Janeiro <https://www.youtube.com/watch?v=2KVmISq--KE> [heruntergeladen am 30.12.2016]
- BibisBeautyPalace. 26.12.2016 DAS schenke ich meinen Eltern zu Weihnachten (nicht anklicken Mama!) JULIAN quält mich mit den 5 unangenehmsten BESTRAFUNGEN <https://www.youtube.com/watch?v=z5x0hVv mzYv8> [heruntergeladen am 30.12.2016]
- BibisBeautyPalace. 29.12.2016 JULIAN quält mich mit den 5 unangenehmsten BESTRAFUNGEN <https://www.youtube.com/watch?v=JMEZe4hN2b4> [heruntergeladen am 30.12.2016]
- BibisBeautyPalace. Ich STYLE meine MAMA um ... 18.12.2016 <https://www.youtube.com/watch?v=3rIInlBnGjc&feature=youtu.be> [heruntergeladen am 30.12.2016]
- BibisBeautyPalace. Neuer YOUTUBE KANAL !! 30.12.2016. <https://www.youtube.com/watch?v=em9OfVMkODY> [heruntergeladen am 30.12.2016]
- BibisBeautyPalace. 500 € teures Geburtstagsgeschenk fällt ins Meer. 27.12.2016. <https://www.youtube.com/watch?v=2RRBtCVVP4c> [heruntergeladen am 30.12.2016]
- BibisBeautyPalace. Wir wurden BERAUBT ! Geld + Schmuck 28.12.2016 <https://www.youtube.com/watch?v=8w8QVWvEQs8> [heruntergeladen am 30.12.2016]
- BibisBeautyPalace. 24.12.2016 Noch NIE hat jemand in diesem HOTELZIMMER GESCHLAFEN <https://www.youtube.com/watch?v=xFsL5njs6Fs> [heruntergeladen am 30.12.2016]
- BibisBeautyPalace. WTF !!! Wir dürfen nicht mehr mit unserem Auto fahren. 23.12.2016 <https://www.youtube.com/watch?v=lHykIRzAWxk&t=311s> [heruntergeladen am 30.12.2016]

# UNTERSUCHTE VIDEOS II

- Daarum. aller LETZTER VLOG - dafür XXL!!! 29.12.2016 <https://www.youtube.com/watch?v=jVJUyB05cA8> [heruntergeladen am 30.12.2016]
- Daarum. ALLES abgesagt!. 22.12.2016 <https://www.youtube.com/watch?v=FLkfpBcU9xs> [heruntergeladen am 30.12.2016]
- Daarum. Dieses JAHR mal ganz ANDERS!!! Merry Christmas. 22.12.2016 <https://www.youtube.com/watch?v=RO2eyY5plaU> [heruntergeladen am 30.12.2016]
- Daarum. 3 PINTEREST DIYs - für ein schöneres Zuhause! 18.12.2016 <https://www.youtube.com/watch?v=RO2eyY5plaU> [heruntergeladen am 30.12.2016]
- Daarum. WIE gefalle ich mir? STIL, FEATURES, KLAMOTTEN 08.12.2016 <https://www.youtube.com/watch?v=tsyD2lvijOg> [heruntergeladen am 30.12.2016]
- Dagj Bee. HILFE ! ... So überlebe ich den Winter \* ( + Verlosung ) 09.12.2016 <https://www.youtube.com/watch?v=LEIjjsVe4Bk&t=29s> [heruntergeladen am 30.12.2016]
- Dagj Bee. GANZES Make-up mit der ANDEREN HAND schminken - Geht das ? 14.12.2016 <https://www.youtube.com/watch?v=gp8AgQlf5Ew> [heruntergeladen am 30.12.2016]
- Dagj Bee. ... Ich hab euch was zu sagen 16.12.2016 <https://www.youtube.com/watch?v=XgcWcWPr9Ko&t=3s> [heruntergeladen am 30.12.2016]
- Dagj Bee. LAST MINUTE Geschenkideen, die JEDEM gefallen werden ! ( + VERLOSUNG ) | Dagj Bee 18.12.2016 <https://www.youtube.com/watch?v=Qjw-IQjekA8> [heruntergeladen am 30.12.2016]
- Dagj Bee. DAGI der WEIHNACHTSMANN - Ich überrasche euch zu Hause 23.12.2016 <https://www.youtube.com/watch?v=K2F14ZLUSSY> [heruntergeladen am 30.12.2016]
- Dagj Bee. Probleme früher VS. Probleme heute 02.12.2016 ( + MEGA Gewinnspiel ) <https://www.youtube.com/watch?v=m7PyY9QrouM> [heruntergeladen am 30.12.2016]
- Dagj Bee. OMG .. Ich lese meine HATER KOMMENTARE ... #3 27.11.2016 <https://www.youtube.com/watch?v=I5qWoenElgs> [heruntergeladen am 05.01.2017]