

„THE PAPER“: Neuer Praxis-Guide schafft Orientierung im Influencer Marketing in Österreich“ BILD

ID: LCG26032 | 03.03.2026 | Kunde: IAA -International Advertising Association Austrian Chapter | Ressort: Wirtschaft Österreich | Medieninformation

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Wien (LCG) – Influencer Marketing ist in Österreich längst mehr als ein Trend: Creators bauen Communities, prägen Markenwahrnehmung und beeinflussen Kaufentscheidungen. Gleichzeitig wächst der Druck, transparent, rechtskonform und verantwortungsvoll zu arbeiten – auf Seiten der Content Creators ebenso wie bei Agenturen und Auftraggebern. Genau hier setzt „THE PAPER – Influencer Marketing Guide für Content Creators, Agenturen und Marken“ an: ein verständlicher, praxisnaher Leitfaden, der Regeln, Pflichten und Best Practices für den österreichischen Markt bündelt – ohne juristische Fachsprache, aber mit klarem Kompass.

„Mit ‚THE PAPER‘ ist uns als IAA Creator Hub Austria – gemeinsam mit Partnerinstitutionen – ein echter Schulterschluss gelungen: ein Meilenstein, der über Österreich hinaus Signalwirkung haben kann. Der Guide schafft Klarheit und Orientierung für Creators, Auftraggeberinnen und Auftraggeber und alle, die Influencer Marketing professionell und verantwortungsvoll gestalten“, so **Martin Distl** (WPP Media), IAA-Vorstandsmitglied und IAA-Creator-Hub-Vorsitzender.

„Was wir heute in Social Media sehen, ist professionelle Kommunikation – mit Reichweite, Wirkung und Verantwortung. ‚THE PAPER‘ schafft einen gemeinsamen Referenzrahmen für alle, die Creator-Kooperationen gestalten: nachvollziehbar, umsetzbar und auf Vertrauen gebaut“, ergänzt **Peter Hrubí** (Google), IAA-Vorstandsmitglied und IAA-Creator-Hub-Vorsitzender.

Ein Guide für alle, die mit Content arbeiten – und dafür Verantwortung tragen

„THE PAPER“ richtet sich an Content Creators, Influencer, Agenturen, Marken und alle, die mit Content Geld verdienen (oder planen, künftig damit Geld zu verdienen) – ebenso wie an jene, die Kooperationen einkaufen, briefen oder verantworten.

Der Leitfaden liefert:

- Klare Definitionen (Rollen, Begriffe, Verantwortlichkeiten)
- Rechtliche Basics für Österreich – von Unternehmensgründung über Kennzeichnung bis Datenschutz und Urheberrecht
- Ethik & Verantwortung (u. a. Jugendschutz, sensible Inhalte, No-Gos wie Schleichwerbung)
- Checklisten & Quick Checks für den Alltag: vom Vertrags-Check bis zum „Final Check“ vor dem Posten

Wesentlich ist die klare Abgrenzung: „THE PAPER“ ist keine Rechtsberatung, sondern eine Orientierungshilfe – als „erste Anlaufstelle“, um Zusammenarbeit professionell und sauber aufzusetzen und liefert Links/ Kontakte wohin man sich im Bedarfsfall wenden kann.

„THE PAPER“ ist auf Initiative des IAA Creator Hub Austria entstanden und wurde vom Team des Hub federführend als praxisnaher Orientierungsrahmen für professionelles und verantwortungsvolles Influencer Marketing erarbeitet. Entscheidend ist dabei der branchenweite Schulterschluss: „THE PAPER“ ist eine Gemeinschaftsarbeit, die von zahlreichen Institutionen, Verbänden und Unternehmen mitgetragen und weiterverbreitet wird – mit dem Anspruch, Klarheit und

Orientierung für Creators, Agenturen und alle Beteiligten zu schaffen.

„Der IAA Creator Hub ist für uns mehr als ein Innovationsprojekt – er steht exemplarisch für die Zukunft unserer Branche. Gerade weil wir als IAA den Fokus wieder stärker auf Corporates legen, braucht es klare Rahmenbedingungen für die Zusammenarbeit mit Creators. ‚THE PAPER‘ ist deshalb doppelt wichtig: Es stärkt Professionalität im Influencer Marketing und unterstreicht unseren Anspruch, als IAA ein verbindendes Dach für alle Marktteilnehmerinnen und -teilnehmer zu sein“, so **Yvonne Haider-Lenz** (Vöslauer), Präsidentin des IAA Austrian Chapter.

Kennzeichnung: Klarheit statt Grauzone

Ein Schwerpunkt liegt auf dem Punkt, an dem Praxis und Missverständnisse besonders häufig kollidieren: nämlich die Werbekennzeichnung. „THE PAPER“ macht die Grundlogik transparent und übersetzt sie in konkrete Handlungsanleitungen – inklusive Formulierungsbeispielen, wann etwa „Werbung/ Anzeige“, „Enthält Produktplatzierung“ oder „Mit freundlicher Unterstützung“ passend sind.

Besonderes Augenmerk gilt einem verbreiteten Irrtum: Plattform-Labels ersetzen nicht die gesetzliche Pflicht. Der Guide zeigt daher auch formatspezifisch, wie Kennzeichnung sichtbar platziert werden muss – von Textposts über Stories bis Livestreams.

„Transparenz ist kein Add-on – sie ist die Grundlage von Glaubwürdigkeit. Wenn Communities sofort erkennen, was kommerziell ist, schützt das alle: Creators, Marken und nicht zuletzt das Vertrauen in digitale Kommunikation“, erklärt **Rut Morawetz** (iab austria), IAA Creator Hub, und ergänzt, „Reichweite allein ist kein Qualitätsmerkmal. Wenn Influencer Marketing Wirkung entfaltet, dann muss es auch professionellen Maßstäben standhalten. ‚THE PAPER‘ ist ein klares Bekenntnis zu Qualität, Transparenz und Verantwortung in digitale Kommunikation.“

„Erfolgreiches Influencer Marketing basiert auf Professionalität und Verlässlichkeit. Diese Guideline schafft klare Orientierung für Content Creators und gibt uns als Unternehmen die Sicherheit, auf gemeinsamen Standards aufzubauen. Das stärkt Vertrauen und sichert nachhaltige und effiziente Kooperation“, so **Gisela Geweßler** (Österreich Werbung), die bei der Präsentation von „THE PAPER“ mit am Podium stand.

Rechtssicherheit beginnt vor dem Posting

Neben Kennzeichnung behandelt „THE PAPER“ jene Themen, die in Creator-Projekten oft „nebenbei“ mitlaufen – aber im Ernstfall entscheidend werden: E-Commerce-Gesetz (Impressum/ Kennzeichnung), UWG (unlauterer Wettbewerb), DSGVO/ DSG (Datenschutz), Urheberrecht und Persönlichkeitsrechte.

Auch der unternehmerische Alltag wird konkret adressiert – etwa mit Blick auf Aufzeichnungspflichten und Sozialversicherung: Content Creators sind als Selbstständige bei der SVS versichert; ab einer im Guide genannten Einkommensgrenze (Stand 2025) entsteht Versicherungspflicht.

„Mit dieser Initiative und ‚THE PAPER‘ als lebendiges Kompendium ist für die schnell wachsende Influencer-Szene ein großer Wurf gelungen. Wir schaffen damit Common Sense für alle Marktteilnehmer und bauen ein starkes Fundament für die Weiterentwicklung der Selbstregulierung in Social Media“, freut sich **Michael Straberger**, Präsident des Österreichischen Werberats, über die Initiative und die Zusammenarbeit mit dem IAA Creator Hub Austria.

Verantwortung, Ethik und Selbstregulierung: Standards, bevor es das Gesetz einfordert

„THE PAPER“ verankert Influencer Marketing ausdrücklich als Teil einer Kommunikationsbranche, in der Qualität und Verantwortung zusammengehören. Der Leitfaden betont, dass ein belastbares Ökosystem dort entsteht, wo gesetzliche Vorgaben ernst genommen und gemeinsame Standards aktiv mitgetragen werden – von Creators, Agenturen, Werbetreibenden und Medien.

Dazu werden relevante Stellen der Regulierung und Selbstregulierung eingeordnet – u. a. der Österreichische Werberat, der Jugendmedienschutzverein, WKO, iab austria sowie die Rolle von KommAustria/ RTR im audiovisuellen Bereich.

„Für uns bei Vöslauer sind Creator-Kooperationen ein strategischer Teil moderner Markenführung. Ein weitverbreiteter Mythos im Influencer Marketing ist, dass Reichweite automatisch Wirkung bedeutet. Aus Auftraggebersicht zählt jedoch nicht die bloße Sichtbarkeit, sondern die Qualität der Partnerschaft. Glaubwürdigkeit, Markenfit und Transparenz sind die Basis für nachhaltigen Markenerfolg. ‚THE PAPER‘ schafft hier einen klaren Rahmen – für Creators ebenso wie für Unternehmen“, so **Yvonne Haider-Lenz**, Leitung Marketing, Unternehmenskommunikation und Innovation bei Vöslauer.

#ethicalAD: Zertifizierung als Signal für Professionalität

Ein zentrales Element in Richtung Professionalisierung ist die im Guide dargestellte #ethicalAD-Zertifizierung, entwickelt in Zusammenarbeit mit dem Österreichischen Werberat und dem Jugendmedienschutzverein. Sie setzt nationale Standards für verantwortungsvolle Influencer-Kommunikation und umfasst u. a. E-Learning-Module, Monitoring sowie ein offizielles #trusted Partner-Siegel.

IAA Creator Hub Austria: Dialog, Standards, Netzwerk

Der Guide wurde federführend vom IAA Content Creator Hub Austria unter dem Vorsitz von **Martin Distl** und **Peter Hrubí** sowie mit Unterstützung von **Rut Morawetz** entwickelt. Die IAA Austria hat mit dem Hub die erste offizielle Interessenvertretung für Content Creators in Österreich geschaffen und bringt Creators, Plattformen und Auftraggeber an einen Tisch – mit dem Ziel, Wissensaustausch zu fördern, Standards weiterzuentwickeln und Professionalisierung sichtbar zu machen.

Alle Infos zu „THE PAPER – Österreichs erstem Influencer Marketing Guide“ auf thepaper.at sowie influencermarketingguide.at

Und das sagen die Creators zu „THE PAPER“:

Fu yao zi Wang zum Thema Sichtbarkeit und Qualität vor Quantität: „Relevanz schlägt Reichweite: Nicht die Follower-Zahl entscheidet, sondern wie glaubwürdig und wirksam eine Community ist. ‚THE PAPER‘ hilft, diese Professionalität auch gegenüber Marken klar zu vermitteln. Wer für Unternehmen sichtbar werden will, braucht ein klares Profil, verlässliche Prozesse und eine saubere Präsentation der eigenen Leistung – vom Media Kit bis zur Kooperation. ‚THE PAPER‘ liefert dafür praxisnahe Leitplanken.“

Klara Fuchs zum Thema Werbekennzeichnung und Verantwortung: „Gerade in Fitness- und Gesundheitsthemen ist Verantwortung nicht verhandelbar: Wer wirbt, muss sauber trennen zwischen Meinung, Evidenz und kommerzieller Botschaft. ,THE PAPER` stärkt hier den gemeinsamen Standard. Kennzeichnung ist kein bürokratisches Add-on, sondern die Basis von Vertrauen. ,THE PAPER` übersetzt die Regeln so, dass sie im Alltag tatsächlich umsetzbar sind – und genau das braucht die Branche.“

Marvin Hicks zum Thema „Know your Worth“ und Glaubwürdigkeit für junge Influencer: „Glaubwürdigkeit hat nichts mit Alter zu tun, sondern mit Haltung: klare Themen, konsistente Qualität und Kooperationen, die wirklich passen. ,THE PAPER` schafft Orientierung, damit Creators von Beginn an professionell auftreten können. Mein wichtigster Rat: den eigenen Wert kennen, sich selbst ernst nehmen und authentisch agieren sowie seine eigenen Standards setzen – auch in Verhandlungen. ,THE PAPER` macht transparent, worauf es bei fairer, sauberer Zusammenarbeit ankommt.“

Verena Pelikan zum Thema Steuern und Business Mindset: „Alles geschenkt` ist ein Mythos: Produktzusendungen und Barter Deals können steuerlich relevant sein. ,THE PAPER` sensibilisiert dafür und zeigt, wie man seine Creator-Tätigkeit von Anfang an korrekt aufsetzt. Der Weg zu bezahlten Kooperationen gelingt, wenn Creators ihre Leistung wie ein Business denken – mit Kalkulation, klaren Leistungen und professioneller Kommunikation. ,THE PAPER` gibt dafür praktische Checks und Orientierung.“

Über „THE PAPER“:

Initiator:

- IAA Austria | IAA Creator Hub Austria

Unterstützende Partner:

- Wirtschaftskammer Österreich (WKO)
- Österreichischer Werberat
- RTR (KommAustria & RTR Medien)
- iab austria
- BDO

Mitwirkende Partner:

- WPP Group
- Matabi
- connective studio
- PRVA

Über den IAA Creator Hub

Der IAA Creator Hub Austria wurde 2024 vom IAA Austrian Chapter in Zusammenarbeit mit dem Österreichischen Werberat ins Leben gerufen, um Content Creators in Österreich eine professionelle Interessenvertretung zu bieten. Er setzt sich für die Weiterbildung, Vernetzung und die Förderung von ethischen Standards in der Creator-Industrie ein. Weitere Informationen auf iaa-austria.at/about/creator-hub-austria

Über die International Advertising Association – Austrian Chapter

Die International Advertising Association (IAA) ist seit 80 Jahren das globale Netzwerk der Kommunikationsbranche – mit Sitz in New York (USA), über 4.000 Mitgliedern und mehr als 30 Chaptern auf allen Kontinenten. In Österreich ist die IAA seit über 50 Jahren aktiv: Das IAA Austrian Chapter zählt rund 300 Mitglieder. Als branchenübergreifende Plattform vereint sie Unternehmen, Agenturen, Medien und Wissenschaft und setzt sich für verantwortungsvolle Werbekommunikation ein. Weitere Informationen auf iaa-austria.at

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Verwendung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Hiermit wird ausdrücklich bestätigt, dass an den von uns zur Verfügung gestellten Bildern keinerlei Manipulationen vorgenommen wurden und es sich nicht um Bildmaterial handelt, das mittels eines Bildgenerators oder anderer Systeme unter Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) erzeugt oder modifiziert wurde. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf [leisure.at](https://www.leisure.at)
(Schluss)