



Die Welt der Influencer ist längst kein rechtsfreier Raum mehr – zumindest nicht in Frankreich. Seit einer Gesetzesänderung im Juni 2023 nimmt die DGCCRF (Generaldirektion für Wettbewerb, Verbraucherschutz und Betrugsbekämpfung) Social-Media-Stars genauer unter die Lupe. Das Ergebnis? Von den 287 überprüften Influencern im Jahr 2024 wiesen fast die Hälfte (46 %) Verstöße in ihren Veröffentlichungen auf.

## **Versteckte Werbung und fragwürdige Finanzprodukte**

Ein Klassiker unter den Vergehen: Schleichwerbung. Manche Influencer bewerben Produkte, ohne darauf hinzuweisen, dass es sich um bezahlte Partnerschaften handelt. Ein scheinbar harmloser Beauty-Tipp oder eine persönliche Empfehlung entpuppt sich dann als geschickt getarnte Werbung – ein klarer Gesetzesverstoß.

Besonders problematisch wird es, wenn es um riskante Finanzprodukte geht. Sarah Lacoche, die Generaldirektorin der DGCCRF, warnt: „Manche Influencer behaupten, Investitionen seien sicher und einfach – doch in Wirklichkeit haben einige ihrer Follower Hunderttausende Euro verloren.“ Ein perfides Spiel mit der Gutgläubigkeit der Zuschauer.

## **Kosmetikprodukte und andere Risiken**

Aber nicht nur in der Finanzwelt lauern Gefahren. Auch im Bereich Kosmetik gibt es fragwürdige Praktiken. Produkte, die in Frankreich gar nicht zugelassen sind, werden in den Himmel gelobt – mit teils dramatischen Folgen. Allergien, Hautausschläge oder andere gesundheitliche Beschwerden können die Konsequenz sein.

Wie kann das passieren? Influencer erhalten oft Produkte von Unternehmen, ohne sie selbst zu testen oder deren Inhaltsstoffe zu überprüfen. Die Folge: Verbraucher vertrauen auf Empfehlungen, die sich als gefährlich herausstellen können.

## **Strafen und eine neue Strategie**

Die DGCCRF bleibt jedoch nicht untätig. Bei Verstößen können hohe Geldstrafen verhängt werden. In manchen Fällen müssen die betroffenen Influencer sogar eine Video-Warnung an ihre Community richten, um auf die Risiken hinzuweisen – eine Art digitale Wiedergutmachung.

Um besonders junge Menschen besser zu erreichen, geht die Behörde neue Wege: Sie plant eine Zusammenarbeit mit der renommierten Pariser Hochschule „Les Gobelins“, die auf



digitale Medien spezialisiert ist. Ziel ist es, junge Konsumenten zu sensibilisieren und sie für un seriöse Praktiken auf Social Media zu wappnen.

## **Mehr als 91.000 Kontrollen im Jahr 2024**

Nicht nur Influencer stehen im Fokus der Behörde. Insgesamt führte die DGCCRF im vergangenen Jahr über 91.000 Kontrollen durch – im Schnitt fast 250 pro Tag. Ein beachtliches Pensum, das zeigt, wie ernst die Behörden die Bekämpfung von Betrug und Verbrauchertäuschung nehmen.

Doch bleibt die Frage: Werden sich die Influencer anpassen und transparenter arbeiten? Oder wird die Jagd auf un seriöse Praktiken in den sozialen Medien weitergehen? Fest steht: Die Behörden lassen nicht locker – und die Community wird immer wachsamer.

**Catherine H.**