

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 ausgenutzt 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/>