



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

>lfm:

Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LfM)



**ERFAHRE
MEHR!**

**GEWINNE
TOLLE
PREISE**

**KLICK
HIER!**

Kinder und Onlinewerbung

Ein Ratgeber für Eltern

Kinder und Online-
werbung –
ein Ratgeber für Eltern

Inhalt

1.	Info, Spaß, Spiel – oder ist das etwa Werbung?	10
	Werbung erkennen und richtig damit umgehen	10
	Was tun?	11
2.	Kinder im Visier von Onlinewerbung	14
	Kinder als Konsumierende	14
	Was tun?	15
3.	Lästige Mails, aufdringliche Werbung – persönliche Daten auf Abwegen	17
	Kinder als Datenlieferanten im WWW	17
	Was tun?	18
4.	Werbung als Hindernis für die Internetnutzung	20
	Ablenkung durch Werbung	20
	Was tun?	21
5.	Werbung und Datenschutz – auch beim Umgang mit Apps wichtig	23
	Warum Apps nicht kostenlos sind	23
	Was tun?	24
6.	Gut zu wissen.	
	Gesetze rund um Werbung on- und offline	26
	Dem Ärger Luft machen – Anlaufstellen	26
	Vertrag abgeschlossen – was nun?	27

Kinder und Onlinewerbung – ein Ratgeber für Eltern

Kinder beschäftigen sich gerne mit Medien. Vor allem Angebote, mit denen sie aktiv etwas machen, mit denen sie spielen oder sich unterhalten können, sprechen sie an. Kinder machen dabei auch Erfahrungen mit dem Internet, sei es, weil ältere Geschwister oder Freundinnen und Freunde ihnen Seiten im Internet zeigen, sie in der Familie gemeinsam ihre ersten Schritte im Netz machen oder sie schon alleine im Internet unterwegs sind. Bereits sehr früh stoßen die Kinder auch auf Werbung. Sie kennen sie aus ihrem Alltag, vom Einkaufen, aber eben auch aus dem Fernsehen, dem Radio oder aus dem Internet. Viele Kinder sind fasziniert von Werbung oder können sogar Werbeslogans auswendig. Dies kommt daher, weil Werbung auf kurze, klare und sehr eingängige Botschaften setzt, die auffallen sollen. Kinder sprechen aber auch auf Werbung an, weil sie direkt als Zielgruppe angesprochen werden, z. B. über ihre Lieblingsstars oder über Produkte wie Spielzeug, Süßigkeiten oder Medieninhalte, die sie gut finden.

Einen reflektierten Umgang mit Werbung erlernen

Den Umgang mit diesen Konsumwelten zu erlernen ist eine wichtige Aufgabe im Aufwachsen von Kindern: Sie müssen erstens die Fähigkeiten erwerben, mit ihren Wünschen umzugehen und diese einzuschätzen und zu bewerten. Zweitens müssen sie Kompetenzen entwickeln, die Medien- und Konsumwelten zu durchschauen.

Dabei geht es vor allem darum, dass sie erkennen, wo sie als Käuferinnen und Käufer angesprochen werden und mit welchen Mitteln versucht wird, sie als Zielgruppe zu gewinnen. Dafür brauchen sie Unterstützung, denn Werbung im Internet kommt anders daher als in anderen Medien: Im Unterschied zu Werbung, die Kinder aus dem Fernsehen kennen, leitet Onlinewerbung direkt zum Produktanbieter. Im bewussten Umgang mit Onlinewerbung spielen deshalb auch Fragen zum Schutz persönlicher Daten eine Rolle. Es ist im Internet schwieriger, Werbung zu erkennen und dabei zu durchblicken, wer bei bestimmten Angeboten dahinter steht. Gleichzeitig ist die Online-Welt ein Abbild dessen, was unser Alltagsleben kennzeichnet: Medien, die qualitativ hochwertiges bieten, stehen neben Anbietern, die ihr Publikum im Internet nur als Kundinnen und Kunden sehen, um ihre Produkte zu verkaufen. Darüber hinaus sind viele Medien darauf angewiesen, ihr Angebot an Inhalten über Werbung zu finanzieren. Gerade für Kinder, die ihre ersten Schritte im Internet machen, ist das Unterscheiden von Inhalten und Werbung ein schwieriges Unterfangen und sie müssen erst verstehen, wie Angebote, die auf den ersten Blick kostenfrei sind, aus den persönlichen Daten ihrer Nutzerinnen und Nutzer einen Gewinn ziehen können.

Gemeinsam Verantwortung für den Medieumgang der Kinder übernehmen

Wenn es um den Umgang mit Werbung geht, liegt die Verantwortung bei verschiedenen Personen und Institutionen: Das sind zunächst die Anbieter, das sind aber auch die Politik sowie die Schule und andere Bildungseinrichtungen. Den Eltern kommt ebenfalls Verantwortung zu, da fast immer in der Familie die ersten Medienerfahrungen gemacht werden und die Eltern von ihren Kindern als Vorbilder gesehen werden. Diese Broschüre wurde vom JFF – Institut für Medien-

pädagogik konzipiert und inhaltlich umgesetzt. Sie stützt sich vor allem auf die Erkenntnisse der Studie „Kinder und Onlinewerbung“, die vom Hans-Bredow-Institut im Auftrag der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) und des Bundesfamilienministeriums (BMFSFJ) durchgeführt wurde. Sie soll einen Beitrag dazu leisten, Sie und Ihre Familie bestmöglich zu unterstützen: Mit Tipps und Hinweisen, mit Hintergrundwissen und Fakten zum Thema Werbung im Internet und worauf Sie besonders achten sollten, damit Ihr Kind weiterhin mit Freude und Selbstbewusstsein Interneterfahrungen sammeln kann. Dieser Ratgeber soll keine Patentrezepte geben, sondern Sie dazu anregen, sich mit Ihrem Kind gemeinsam die Online-Welt anzusehen. Wichtig ist, dass es klare Vereinbarungen zwischen Ihnen und Ihrem Kind gibt. Das ist besonders wichtig für die jüngeren Kinder, die ihre ersten Schritte im Internet unternehmen. Je älter die Kinder werden und je mehr Interneterfahrung sie haben, desto mehr können Sie sie selbstständig surfen lassen. Wichtig ist dann, dass Sie für die Fragen Ihrer Kinder da sind. Dabei ist es nicht so wichtig, immer schon selbst eine Antwort zu wissen, sondern bereit zu sein, sich auch mal mit dem Kind gemeinsam auf die Suche nach Antworten zu begeben.

1.

Info, Spaß, Spiel – oder ist das etwa Werbung?

„Ist mein 8-Jähriger im Netz unterwegs, kommt es immer wieder vor, dass er mich ruft, wenn er auf eine Website geraten ist, von der er nicht mehr wehkommt. Ich habe ihm schon so oft gesagt, dass er es einfach nicht anklicken soll ...“

Wenn Kinder im Internet surfen, kann es vorkommen, dass sie auf eine Seite geraten, die sie nicht bewusst angesteuert haben, weil sie eine Werbeeinblendung aktiviert haben. Dass sie „falsch“ geklickt haben, merken sie erst, wenn sie plötzlich mit Werbung konfrontiert werden. Eigentlich möchten sie so schnell wie möglich auf die Ausgangsseite zurück, wissen aber nicht, wie sie das machen sollen.

Werbung erkennen und richtig damit umgehen

Kinder begegnen Werbung an verschiedenen Stellen, z. B. im Fernsehen, im Radio, in Zeitschriften, auf Plakatwänden usw. – und auch im Internet. Im Laufe der Zeit prägen sie sich bestimmte Merkmale ein wie z. B. eine besondere Gestaltung, bestimmte Symbole ..., anhand derer sie Werbung erkennen können. Oft wissen sie aber nicht, welche Absicht hinter einer bestimmten Werbung steckt – dass ihnen etwas verkauft werden soll oder dass die Anbieter Interesse an ihren Daten

haben, weil sie diese dazu nutzen können, Werbung auf ihre Person zuzuschneiden oder aber sie an Dritte weiterzugeben.

Kinder erkennen Werbung im Internet nicht immer; manchmal verwechseln sie den Inhalt einer Website mit Werbung. Warum? Dies kann verschiedene Gründe haben:

- Kinder kennen nicht alle Merkmale von Onlinewerbung
- Werbung im Internet erscheint in verschiedenen Formen; Inhalt, Gestaltung, die Einbindung in die Website oder auch die Ansprache können sehr unterschiedlich sein
- Werbung kann sehr verschieden sein; manche Werbeformen sind schwer als Werbung zu identifizieren

Wenn Kinder Werbung und Inhalt verwechseln, kann das dazu führen, dass sie entweder versehentlich die Werbung anklicken oder aber den eigentlichen Inhalt meiden, weil sie ihn für Werbung halten. Um einen souveränen Umgang mit Werbung zu lernen, müssen Kinder sich aktiv damit auseinandersetzen.

Was tun?

Ratschläge wie „Bloß nicht anklicken!“ oder „Klicke auf das X, dann geht die Seite wieder zu!“ reichen nicht, um solchen Situationen vorzubeugen und Kinder stark im Umgang mit Werbung zu machen. Kinder müssen zunächst lernen zu erkennen, dass es sich um Werbung handelt und verstehen, was Werbung von ihnen will, nur dann können sie einen kompetenten Umgang mit Onlinewerbung entwickeln.

- Bei jüngeren Kindern sollten Sie sich die Zeit nehmen und gemeinsam die Online-Welt erkunden, mindestens aber in der Nähe sein und Ihre Kinder im Blick haben, wenn diese online gehen. Wenn sie auf Werbung stoßen, können Sie Ihre Kinder dabei unterstützen, diese zu erkennen und mit ihnen gemeinsam einen Weg finden, damit umzugehen.
- Es gibt unterschiedliche Wege, die zu Kaufangeboten führen. Manche Websites enthalten direkt einen Shop, bei anderen Websites führt der Weg über Verlinkungen zu den Kaufangeboten. Sprechen Sie mit Ihrem Kind darüber, woran es erkennen kann, dass ihm etwas verkauft werden soll.
- Regeln und Absprachen, die sich beispielsweise darauf beziehen, keine persönlichen Daten einzugeben oder Werbung wegzuklicken, sind sinnvoll. Ihr Kind muss diese aber verstehen können. Werden Verbote nicht verstanden, kann das dazu führen, dass Ihr Kind sie nicht einordnen kann oder diffuse Ängste entwickelt.



Wissen über die Online-Werbewelt

Wenn Kinder im Grundschulalter oder angehende Teenager sich im Internet bewegen, stoßen sie dabei auf gut erkennbare, aber auch auf weniger eindeutige Werbeformen.

Für die meisten Kinder gut erkennbare Formen:

- **Pre-Rolls** sind kurze Filme, die beispielsweise auf **YouTube** vor dem ausgewählten Angebot oder am Beginn eines Computerspiels laufen.
- **Bannerwerbung** kann am oberen, am unteren oder am seitlichen Rand einer Website erscheinen und ist in der Regel vom eigentlichen Seiteninhalt klar abgetrennt.
- **Pop-ups** tauchen beim Öffnen einer Seite plötzlich in einem eigenen kleinen Fenster auf. Pop-ups lassen sich meist einfach schließen.

Formen mit denen Kinder Schwierigkeiten haben:

- **Overlays** erscheinen als eigenes vorgelagertes Fenster im Browserfenster. Sie müssen weggeklickt werden, um zur gewünschten Website zu kommen.
- Elemente, die sich inhaltlich oder gestalterisch nicht vom Seiteninhalt unterscheiden, z. B. **Logos, Markennamen, Sponsorenennungen**
- Auf der Website integrierte **Gewinnspiele oder Verlosungen**, die zusätzlich Anreize zur Beteiligung bieten (z. B. „Jetzt mitmachen!“)
- Verweise auf verwandte oder auch andere **Produkte des Herstellers**, um Kinder sehr früh an Marken zu binden
- Angebote, bei denen **Stars und Idole** der Kinder als Werbeträger eingesetzt werden und denen die Kinder Vertrauen entgegenbringen

2. Kinder im Visier von Onlinewerbung

„Mein Sohn hat neuerdings die Seite von LEGO entdeckt. Mit Begeisterung spielt er dort Spielchen, macht Rätsel, druckt Ausmalbilder aus, schaut Fotos und kleine Filme an und und und. Meist landet er am Ende im Shop – und dann will er gleich alles haben ...“

Die Medienlieblinge der Kinder tummeln sich überall: Sie werden in allen Medien vermarktet und oft greifen Produkte wie z. B. Spielzeug und Medieninhalte ineinander. Kinder finden über ihre Medienfavoriten auch den Weg ins Netz, indem sie die Websites zu ihren Lieblingen ansteuern. Hier treffen sie auch auf Werbung und meist ist der Weg zum Shop nicht weit.

Kinder als Konsumierende

Die Online-Konsumwelt übt eine große Anziehungskraft auf Kinder aus; vor allem spielerische Anreize sollen Kinder anlocken. Die Anbieter wissen: Kinder spielen eine Rolle, wenn es um Kaufentscheidungen in Familien geht. Sie haben Wünsche, zum Teil ausgelöst durch Gleichaltrige, Freundinnen und Freunde. Denn was cool ist, wird durch sie bestimmt. Das macht Kinder empfänglich für Werbeversprechen auch im Internet. Zumal sie mitbekommen, dass auch ihre Eltern das Internet sowohl zur Information über Produkte als auch zum Einkauf nutzen.

Kinder werden im Internet über verschiedene Wege angesprochen:

- Auch auf vielen Kinderseiten ist Werbung ein fester Bestandteil.
- Manche Internetangebote für Erwachsene beinhalten Extra-Seiten für Kinder und versuchen so, das Vertrauen ihrer Kundinnen und Kunden von morgen zu gewinnen.
- Internetseiten arbeiten mit sogenannten Trackingverfahren, durch die sie z. B. bestimmte Vorlieben der Nutzerinnen und Nutzer herauslesen. Darauf bezogene Werbung taucht nicht nur bei Nutzung derselben Seite auf, sondern auch auf anderen Seiten.
- Werbung kann fragwürdige Meinungen und Vorstellungen unterstützen. Werden z. B. typisch männliche oder typisch weibliche Vorlieben bedient, kann das dazu beitragen, dass Kinder eine einseitige Vorstellung von Frauen- und Männerbildern entwickeln.

Was tun?

Den „Konsumkids“ die Schuld in die Schuhe zu schieben, wenn sie auf Werbung im Internet ansprechen, ist zu kurz gegriffen: Werbung und Produkte gibt es im Internet im Überfluss. Kinder beobachten, dass auch ihre Eltern das Netz als Konsumort nutzen, weil sie online Reisen buchen oder einkaufen, Bankgeschäfte erledigen etc.

- Erklären Sie Ihrem Kind immer wieder, was Werbung von ihm will – es soll ihm etwas verkauft oder Daten gesammelt werden – und mit welchen Mitteln dies geschieht.
- Kinder orientieren sich an ihren Eltern. Wenn Sie an Ihr eigenes Verhalten und Ihre Haltung in Bezug auf Konsum denken: Wie gehen Sie mit Ihren Wünschen um? Wo und wie kaufen Sie ein, welche Rolle spielt das Internet dabei?

- Sprechen Sie mit Ihrem Kind über konsumbezogene Wünsche und Bedürfnisse. Kinder sollten früh lernen, dass diese Wünsche Geld kosten und nicht jeder Wunsch erfüllt werden kann.
- Lassen Sie Ihr Kind seine Wünsche begründen, um herauszufinden, wie diese Wünsche zustande kommen. Das hilft ihm zu erkennen, woher diese stammen und abzuwägen, ob sich ein Kauf wirklich lohnt.
- Nehmen Sie Ihr Kind und seine Argumente ernst. Aber zeigen Sie ihm wenn nötig auch auf, dass die Produkte rund um Medienlieb-linge nicht immer dem Alter des Kindes angemessen sind.
- Stärken Sie Ihr Kind gegenüber dem Druck von außen und finden Sie mit ihm gemeinsam Alternativen zum Konsum (mit anderen tauschen, „Second Hand“ einkaufen ...)

Es gibt Grenzen im Hinblick auf Konsum und die können und müs-sen Eltern auch ziehen. Kein Kind benötigt alles, was es gibt, und auch nicht alles, was andere haben, auch wenn es da selber anderer Mei-nung sein mag. Es ist nicht einfach, seinem Kind Wünsche abzuschla-gen und nein zu sagen. Das verlangt eine klare Haltung der Eltern. Aber nur so können Kinder lernen, mit dem unüberschaubaren Kon-sumangebot des Internets umzugehen.



3. Lästige Mails, aufdringliche Werbung – persönliche Daten auf Abwegen

„Unsere 12-jährige Tochter fragte uns nach dem Grund dafür, dass sie im Internet so viel Werbung für Diätprodukte oder Partnerportale bekommt. Wir haben überlegt, wie das zustande kommt, wissen aber einfach nicht warum ...“

Wer im Internet unterwegs ist, hinterlässt Spuren. Kindern ist dies oftmals nicht bewusst. Schnell sind persönliche Angaben oder die E-Mail-Adresse eingetippt. Die Folge sind z. B. unerwünschte E-Mails, die mitunter fragwürdige Werbeangebote enthalten oder auch sogenannte personalisierte Werbung.

Kinder als Datenlieferanten im WWW

Manche Aktivitäten im Internet erfordern Angaben zur eigenen Person. Dabei muss die Abfrage von Daten nicht zwingend mit Werbung verbunden sein. Auch wenn Kinder beispielsweise Mitglied auf einer Spielewebsite oder in einem Kinderclub werden, werden persönliche Angaben abgefragt. E-Mail-Adresse und weitere Angaben zur Person müssen auch gemacht werden, um an Verlosungen oder Gewinnspielen teilzunehmen. Diese Informationen kann auch die Werbewirtschaft für unterschiedliche Zwecke nutzen.

- Gewinnspiele sind häufig nicht nur eine Form von Werbung, sondern auch ein Mittel, um an E-Mail-Adressen zu kommen – unerwünschte und oft unseriöse Angebote und Aufforderungen sind die Folge.
- Hand in Hand mit der Teilnahme an Verlosungen und Gewinnspielen oder dem Abonnement eines Newsletters geht oftmals die Einwilligung in die Weiterverwendung der persönlichen Angaben, die an andere Unternehmen weiterverkauft werden.
- In diesem Zusammenhang sind auch Tracking und Cookies zu nennen. Dies ist eine Form von Datenerfassung, die beim Surfen mehr oder weniger im Hintergrund abläuft und Kindern (wie Erwachsenen) meist unbekannt und nicht zu durchschauen ist. Damit wird jede Handlung auf einer Website erfasst und gezielt ausgewertet. Die Folge sind auf die jeweilige Person abgestimmte Werbung oder Inhalte auf einer Website.

Was tun?

Damit sich Kinder souverän und kompetent im Internet bewegen können, müssen sie auch für Fragen rund um den Datenschutz sensibilisiert werden. Dabei brauchen sie Ihre Begleitung und Unterstützung:

- Vereinbaren Sie mit Ihrem Kind, im Netz so wenig persönliche Daten wie möglich herauszugeben. Geboten ist ein sparsamer Umgang mit: Namen, Postadresse, Geburtsdatum, Telefonnummer, E-Mail-Adresse.
- Feste Regel sollte sein, dass Ihr Kind Sie fragen muss, bevor es sich mit persönlichen Daten registriert. Schauen Sie sich gemeinsam

die Bedingungen und das Kleingedruckte genau an. Auch wenn Ihr Kind schon selbstständiger im Netz unterwegs ist, gilt: Es sollte Rücksprache mit Ihnen halten, wenn es sich auf einer Internetseite registrieren will, denn nicht jede Anmeldung läuft gleich ab.

- Nutzen mehrere Familienmitglieder gemeinsam PC, Laptop, Tablet oder andere Geräte fürs Surfen im Internet: Richten Sie einen eigenen Zugang für Ihr Kind ein und informieren Sie sich über entsprechende Sicherheitseinstellungen. So wird es nicht mit Werbung konfrontiert, die sich eigentlich an Erwachsene richtet und Kinder überfordern kann, etwa, weil gewalthaltige oder sexuelle Inhalte oder Bilder zu sehen sind.
- Unter www.klicksafe.de, www.schau-hin.info und www.internet-abc.de finden Sie ausführliche Informationen, wie Sie bei der Anwendung von Sicherheitseinstellungen, Blockern und Filtern vorgehen und was zu beachten ist.
- Legen Sie für die Teilnahme an Gewinnspielen oder Verlosungen eine zusätzliche E-Mail-Adresse an – damit das eigentliche Postfach nicht von Werbemails überflutet wird.
- Bestimmte Browsereinstellungen und Werbeblocker schaffen zumindest etwas Abhilfe bei lästigen Pop-ups oder störender Onlinewerbung – auch, wenn man Werbung damit nicht ganz umgehen kann. Aber aufgepasst: Manchmal sind Pop-ups keine Werbung, sondern enthalten Informationen, die zur Website gehören.

Kinder tun sich schwer, einen Zusammenhang herzustellen zwischen der Angabe von persönlichen Daten, wie diese von Dritten weiterverwendet werden und welche Folgen das haben kann. Sie müssen lernen, dass das Handeln im Internet zunächst anonym ist, da man nicht weiß, mit wem man es zu tun hat. Deshalb sollen Kinder möglichst so wenig wie möglich über sich selbst oder andere preisgeben.

4. Werbung als Hindernis für die Internetnutzung

„Als mein Sohn neulich für ein Referat in Biologie im Internet recherchierte, rief er ganz aufgeregt, ich sollte kommen: Der Bildschirm des Laptops war zugepflastert mit blinkenden Fenstern – er hat gar nicht mehr zu seiner angesteuerten Seite zurückgefunden.“

Die Informationssuche im Internet ist manchmal gar nicht so einfach und oft verschlingt sie viel Zeit – diese Erfahrung machen nicht nur Kinder. Dies hängt zum einen damit zusammen, dass das Internet viele Informationen bereithält, zum anderen liegt es aber auch daran, dass die meisten Internetseiten Links zu weiteren Angeboten, Werbung für bestimmte Produkte usw. enthalten. Folgt man diesen oder will auch einfach nur schnell sehen, was sich dahinter verbirgt, kann es passieren, dass man am Ende den Weg zurück nicht mehr findet und wieder von vorne anfangen muss.

Ablenkung durch Werbung

Wenn Kinder im Internet recherchieren, dann werden sie dabei – auch auf Kinderseiten – mit Werbung konfrontiert. Obwohl sie eigentlich ein konkretes Ziel verfolgen, lassen sie sich von den Werbeeinblendungen in den Bann ziehen. Warum?

- Kinder sind neugierig und möchten wissen, was hinter den Anzeigen steckt.
- Konzentriertes Arbeiten erfordert die ganze Aufmerksamkeit der Kinder. Nach einiger Zeit fällt die Aufmerksamkeit ab und sie sind für Ablenkung empfänglich.
- Werbung steht in einem thematisch passenden Zusammenhang mit dem Inhalt der Seite und liefert vermeintlich weitere Informationen.
- Werbung ist so gestaltet, dass sie zum eigentlichen Seiteninhalt zu gehören scheint.

Was tun?

Um sich bei der Beschäftigung mit dem Internet nicht durch Werbung von ihrem eigentlichen Ziel abbringen zu lassen, brauchen Kinder in manchen Fällen Unterstützung.

- Schauen Sie sich mit Ihrem Kind gemeinsam an, wie die verschiedenen Formen von Werbung weggeklickt oder – z. B. Pre-Rolls – übersprungen werden können.
- Setzen Sie sich mit der Möglichkeit auseinander, einen Werbeblocker für den Internetbrowser zu installieren. Dieser hat jedoch keinen Einfluss auf versteckte Werbeformen, wie z. B. die Verschränkung von Inhalt und Werbung.
- Verabreden Sie mit Ihrem Kind, dass es sich möglichst auf Kinderseiten bewegt. Diese enthalten meist weniger Werbung, sind zum Teil auch werbefrei. Manche Angebote weisen darauf hin, wie Werbung ausgeschaltet werden kann. Werbefreie und werbereduzierte

Internetseiten für Kinder haben sich unter www.seitenstark.de zusammengeschlossen.

→ Achten Sie darauf, dass Ihr Kind bei Tätigkeiten im Internet, die viel Aufmerksamkeit erfordern, zwischendurch Pausen einlegt.

Werbeblocker und Kinderseiten kommen dem Wunsch von Eltern entgegen, Kinder vor Werbung abzuschildern. Dass dies nicht konsequent gelingt, ist kein Grund zur Besorgnis, denn der Kontakt zu Werbung gibt Kindern auch die Gelegenheit ihr Urteilsvermögen zu schulen.

Werbung auf Kinder-Websites

Folgende Punkte helfen Ihnen, Werbung auf Kinder-Websites einzuschätzen:

- Werbung und redaktioneller Inhalt sind klar voneinander getrennt
- Werbung ist für Kinder eindeutig gekennzeichnet
- Auf das Verlassen der Website bzw. das Weiterleiten in Shops wird hingewiesen
- Es gibt keine Werbeformate, mit denen Kinder nicht umgehen können, z. B. Pop-ups, die sich nicht schließen lassen
- Kinder werden nicht direkt auf Kaufangebote und Online-Shops weitergeleitet
- Es wird nicht auf für Kinder ungeeignete Seiten weitergeleitet und es werden keine nicht altersgemäßen Inhalte präsentiert, wie z. B. Erotik, Gewalt oder Glücksspiel
- Wenn Daten eingegeben werden müssen, werden die Kinder darauf hingewiesen, dies gemeinsam mit ihren Eltern zu tun (vgl. auch www.internet-abc.de)

5. Werbung und Datenschutz – auch beim Umgang mit Apps wichtig

„Unsere 11-jährige Tochter hat eine kostenlose Spiele-App auf unserem Tablet installiert. Jetzt hat sie ein Spiel durchgespielt und wurde nun aufgefordert, die Vollversion zu kaufen ...“

Mobile Medien wie Smartphones oder Tablets haben sich in den letzten Jahren immer stärker verbreitet. In fast allen Haushalten mit Kindern im Alter von 6 bis 12 Jahren gibt es mittlerweile mindestens ein Smartphone. Auf die Mädchen und Jungen üben die Geräte eine große Faszination aus – nicht zuletzt wegen der zahlreichen Apps für alle möglichen Bedürfnisse, vor allem um zu spielen und sich zu unterhalten. Viele Apps sind auf den ersten Blick kostenlos, bei näherem Hinsehen haben sie aber oftmals ihre Tücken.

Warum Apps nicht kostenlos sind

Die verschiedenen App-Angebote sind schnell installiert und schon kann es losgehen. Viele Apps sind kostenlos und so haben auch die Eltern nichts dagegen, wenn die eine oder andere App auf dem Smartphone installiert ist. Aber auch wenn sie zunächst nichts kosten, sollte genau hingesehen werden, was die Folgen der Nutzung sein können.

- Um eine App installieren zu können, muss dem Zugriff auf bestimmte Informationen wie persönliche Daten, Standortbestimmung ... zugestimmt werden. Manche Apps – vor allem kostenlose – verlangen sehr umfangreiche Berechtigungen. Diese Informationen können auch dafür genutzt werden, ein Profil für personalisierte Werbung zu entwickeln oder – bei Zugriff auf das Adressbuch – Werbung an andere zu verschicken.
- Manche Apps enthalten Werbeeinblendungen. Werden diese angetippt, kann es schnell passieren, dass dadurch z. B. ein Abo abgeschlossen oder eine kostenpflichtige SMS verschickt wird.
- Bei vielen Apps ist die kostenlose Version nur ein „Appetitanreger“. Sie können erst dann richtig genutzt werden, wenn kostenpflichtige Zusatzfunktionen gekauft werden. Diese Käufe innerhalb einer App werden In-App-Käufe genannt.

Was tun?

Um eine App zu installieren braucht es nicht viel, das kann buchstäblich „jedes Kind“. Damit Kinder aber verstehen, was sie sonst noch tun, wenn sie eine App auf das Smartphone laden, ist es nötig, sie in ihrer App-Nutzung zunächst zu begleiten.

- Wählen Sie mit Ihrem Kind Apps möglichst gemeinsam aus und erklären Sie ihm, worauf bei Auswahl und Installation geachtet werden muss. Apps, die von Kindern genutzt werden, sollten keine Werbung von anderen Anbietern enthalten, um zu vermeiden, dass diese aus Versehen aktiviert wird.

- Wenn eine App (Eigen-)Werbung enthält, sollte diese klar vom Inhalt getrennt sein, so dass auch Kinder den Unterschied erkennen können. Hilfestellung bietet Ihnen hier die Datenbank des Deutschen Jugendinstituts www.datenbank-apps-für-kinder.de
- Kinder sollten keine Apps nutzen, die auf In-App-Käufe setzen. Um zu vermeiden, dass In-App-Käufe aus Versehen getätigt werden, gibt es bei Android-Geräten die Möglichkeit, diese mit einem Passwort zu versehen, bei iOS-Geräten können In-App-Käufe deaktiviert werden. Wie das geht sowie weitere Tipps und Hinweise zu Apps finden sich unter www.handysektor.de



6. Gut zu wissen. Gesetze rund um Werbung on- und offline

In Sachen Werbung im Internet ist längst nicht alles erlaubt, auch wenn es manchmal so scheinen mag. Enthalten Internetseiten Werbung, müssen sich die Betreiber an Richtlinien halten. Das gilt auch und gerade für Kinderseiten – zum Schutz der Kinder, damit ihre Neugierde, Unerfahrenheit und Unwissenheit nicht ausgenutzt wird. Diese Richtlinien sind gesetzlich verankert, etwa im Wettbewerbsrecht (UWG), im Rundfunk- und Telemedienrecht (RStV, TMG), im Jugendmedienschutzrecht (JMStV). Zu den wichtigsten Bestimmungen gehören neben anderen, dass Produkte rund um Alkohol, Tabak und Erotik im Umfeld von Kinderangeboten nicht beworben werden dürfen. Ebenso ist festgelegt, dass sich Werbung und der eigentliche Inhalt der Seite nicht vermischen dürfen und dass Werbung deutlich erkennbar sein muss. Weniger konkret ist dagegen beschrieben, wie eine Werbung genau gestaltet sein darf – ob als Pop-up, Banner oder produktgebundene Werbung. Das lässt natürlich mehr Spielraum für raffinierte und immer wieder neue Formen der Gestaltung, die Kinder, aber auch Erwachsene mitunter überfordern.

Dem Ärger Luft machen – Anlaufstellen

Ist Ihnen eine Website aufgefallen, die sich Ihrer Einschätzung nach nicht an die gesetzlichen Vorgaben hält? Beschwerden nehmen folgende Anlaufstellen entgegen:

- Verbraucherzentrale Bundesverband e. V.
www.surfer-haben-rechte.de
- Deutscher Werberat
www.werberat.de
- Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM) und eco – Verband der deutschen Internetwirtschaft
www.internet-beschwerdestelle.de
- Kommission für Jugendmedienschutz der Medienanstalten (KJM)
www.kjm-online.de
- Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)
www.lfm-nrw.de/beschwerde
- jugendschutz.net
www.jugendschutz.net

Vertrag abgeschlossen – was nun?

Hat Ihr Kind im Internet eingekauft und einen Kaufvertrag abgeschlossen, so müssen Sie dies nicht ohne Widerspruch hinnehmen. So ist z. B. im Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB) geregelt, dass Kinder, die das 7. Lebensjahr noch nicht vollendet haben, geschäftsunfähig sind und damit keine wirksamen Rechtsgeschäfte tätigen können. Heranwachsende von 7 bis 17 Jahren können nur mit Zustimmung ihrer Eltern bzw. Sorgeberechtigten Geschäfte abschließen. Also ist ein Vertrag, dem die Eltern nicht zugestimmt haben (egal, ob im Vor- oder Nachhinein), unwirksam. Informieren Sie sich z. B. unter www.vz-nrw.de über Ihre Handlungsmöglichkeiten.

Diese Broschüre wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt.

Herausgeber:

Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend
Referat Öffentlichkeitsarbeit
11018 Berlin
www.bmfsfj.de



Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)
Zollhof 2, 40221 Düsseldorf
Presse und Öffentlichkeitsarbeit, verantwortlich: Dr. Peter Widlok
Abteilung Förderung, verantwortlich: Mechthild Appelhoff
Redaktion: Rainer Smits, Antje vom Berg
www.lfm-nrw.de

Bezugsstellen:

Publikationsversand der Bundesregierung
Postfach 48 10 09, 18132 Rostock
Tel.: 030 182722721, Fax: 030 18102722721
Gebärdentelefon: gebaerdentelefon@sip.bundesregierung.de
E-Mail: publikationen@bundesregierung.de
www.bmfsfj.de

Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, www.lfm-nrw.de/publikationen

Für weitere Fragen nutzen Sie unser Servicetelefon: 030 20179130
Montag–Donnerstag 9–18 Uhr
Fax: 030 18555-4400
E-Mail: info@bmfsfj-service.bund.de

Einheitliche Behördennummer: 115*
Zugang zum 115-Gebärdentelefon: 115@gebaerdentelefon.d115.de

Konzeption und inhaltliche Umsetzung:

Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis (JFF), München
Dr. Susanne Eggert, Christa Gebel, Nadine Kloos und Dr. Ulrike Wagner
Gestaltung: Achtender – Büro für visuelle Kommunikation, Schwäbisch Gmünd
Artikelnummer: 5BR161

Stand: Oktober 2014, 1. Auflage **Druck:** Frick Onlinedruckerei e.K., Krumbach
Bildnachweise: Titelseite ©iStock.com/peopleimages, S.12 ©iStock.com/kupicoo,
S.16 ©iStock.com/dem10, S.25 ©iStock.com/lordrunar

* Für allgemeine Fragen an alle Ämter und Behörden steht Ihnen auch die einheitliche Behördenrufnummer 115 von Montag bis Freitag zwischen 8.00 und 18.00 Uhr zur Verfügung. Diese erreichen Sie zurzeit in ausgesuchten Modellregionen wie Berlin, Hamburg, Hessen, Nordrhein-Westfalen u.a.. Weitere Informationen dazu finden Sie unter www.115.de.