



Die Werbewirtschaft

Rechtliche Rahmenbedingungen für Werbung gegenüber Kindern

Kinderwelten Fachtagung 2022

Katja Heintschel von Heinegg,
Geschäftsführerin ZAW und Deutscher Werberat

Einführung



Die Werbewirtschaft

- Werbung gegenüber Kindern, egal in welchem Medium, ist ein emotionales Thema – auch in der Politik
- Kinder werden durch bestehende Restriktionen vor Werbeinhalten geschützt, mit denen sie aufgrund fehlender Werbe- bzw. Medienkompetenz nicht umgehen können
- Definition: Kind - in der Debatte wird die Altersgrenze immer weiter nach oben geschoben
- Herausforderung Lebensmittelwerbung: Ein Werbeverbot soll Übergewicht bei Kindern verhindern

Rechtliche und selbstregulative Vorgaben



Die Werbewirtschaft

- Werbung muss in allen Medien klar als solche gekennzeichnet sein, gegenüber Kindern besonders deutlich
- Verboten ist:
 - Die Aufforderung an Unter-14-Jährige, Produkte zu kaufen, zu konsumieren oder die Eltern zu bitten, sie ihnen zu kaufen
 - Bei Werbegewinnspielen etc. übertriebene Gewinne in Aussicht zu stellen
 - Kinder und Jugendliche in gefährlichen Situationen zu zeigen
 - Strafbare Handlungen oder anderes Fehlverhalten als nachahmenswert zu zeigen
 - Eine diskriminierende Darstellung bei Jungen- oder Mädcheninhalten

ÜBERLASS MATHE LIEBER DEN JUNGS.

Finde auch du deinen Traumjob. Wir helfen dabei.
Einfach anmelden auf Muster-traumjob.xy und den richtigen Arbeitsplatz finden. Gleich beginnen – deine Zukunft wartet!

Kostenlose Schnupper-tage vom 2.2.-25.2 im Rathaus!

Der Schulbeginn rückt näher ...

Packe jetzt gleich deine Schultasche mit allen Köstlichkeiten von Muster-Lecker!

www.muster-lecker.xy

The Wimpy Game

START WIMPY-PUPPE KAUFEN

SPRECHER/RUNDFUNK:

„So kannst du deine Noten auch verbessern.“

„Überzeuge deine Eltern und wünsche dir deswegen das neue Tablet XY!“

Kindermode für kleine Abenteuer.
Superspaß! Jetzt bestellen auf www.kindermode.xy!

ZAW
Die Werbewirtschaft

Lebensmittelwerbung



Die Werbewirtschaft

- Werbung für Lebensmittel darf einem gesunden, aktiven Lebensstil nicht entgegenwirken
- Übermäßiger oder einseitiger Konsum darf nicht gezeigt werden
- Die Ansprache von Unter-14-Jährigen ist zulässig, aber:
 - Es darf kein Konsum von Lebensmitteln vor einem Bildschirm gezeigt werden
 - Werbung darf nicht die Autorität von Eltern und Lehren untergraben
 - Sie darf keinen Schul- oder sozialen Erfolg durch Konsum suggerieren
 - Werbung darf positive Ernährungseigenschaften in der audiovisuellen Kommunikation nicht hervorheben

Werbung mit Umwelt- / Nachhaltigkeitsbezug



Die Werbewirtschaft

- Der Erfahrungshorizont der Kinder ist der Maßstab bei der Beurteilung
- Verbot der Kauf- und Konsumaufforderung gilt hier analog
- Werbung darf keinen Gruppendruck auslösen
- Green Claims dürfen nicht in die Irre führen
- Bei Werbung mit „klimaneutral“ muss transparent gemacht werden, wie Klimaneutralität erreicht wird



Die Werbewirtschaft

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

Bei Rückfragen:

heinegg@zaw.de
