

Elements of Art präsentiert

C/M/S/

Law.Tax

1x1

**KINDER
& WERBUNG**

Sandra Gramzow – Zalando, Berlin

Dr. Nico Brunotte, LL.M. (Cambridge) – CMS Deutschland, Hamburg

WENN ES UM KINDER GEHT

- Seit 1998 im Cross-Media-Marketing tätig (heute 360 Grad)
- Über 30 feste Mitarbeiter
- Die Spezialisten für Kinder-, Jugend- und Familienmarketing



reddot design award



Unsere Studien



„DIGITAL | REAL“
Praxisleitfaden für die digitale Kinder- und Jugendkommunikation



„Online to go vs. online at home“
Die mobile Internetnutzung der jungen Zielgruppe



„Wie man die Herzen der jungen User erobert!“
Erfolgreiche Emotionalisierung im Online-Marketing für Kids & Teens



„Die Bedeutung der Eltern bei der Internet-Nutzung der Kinder“



„Die Lieblings-Websites der Kids – Entstehung, Zusammensetzung und Entwicklung des Relevant Set im Internet“



„Kinder im Internet – vom virtuellen Spielplatz zum Alltagsbegleiter.“
Diese Studie zeigt, wie Kids und Teens das Internet nutzen und wahrnehmen.

WAS WIR UNS HEUTE ANSCHAUEN:

1. **Werbung mit Kindern –
Kinder in der Werbung**
2. **Werbung gegenüber Kindern –
Kinder als Ziel der Werbung**
3. **Checkliste:
Kinder und Werbung, was ist zu
beachten?**



1. WERBUNG MIT KINDERN

VERTRAGLICHE GRUNDLAGEN

Kinder **unter 7 Jahren** sind geschäftsunfähig

- Vertragspartner sind die gesetzlichen Vertreter

Kinder und Jugendliche von **7 Jahren bis 18 Jahren** sind beschränkt geschäftsfähig

- Vertragspartner ist der Minderjährige mit Zustimmung der gesetzlichen Vertreter



1. WERBUNG MIT KINDERN

VERTRAGLICHE GRUNDLAGEN

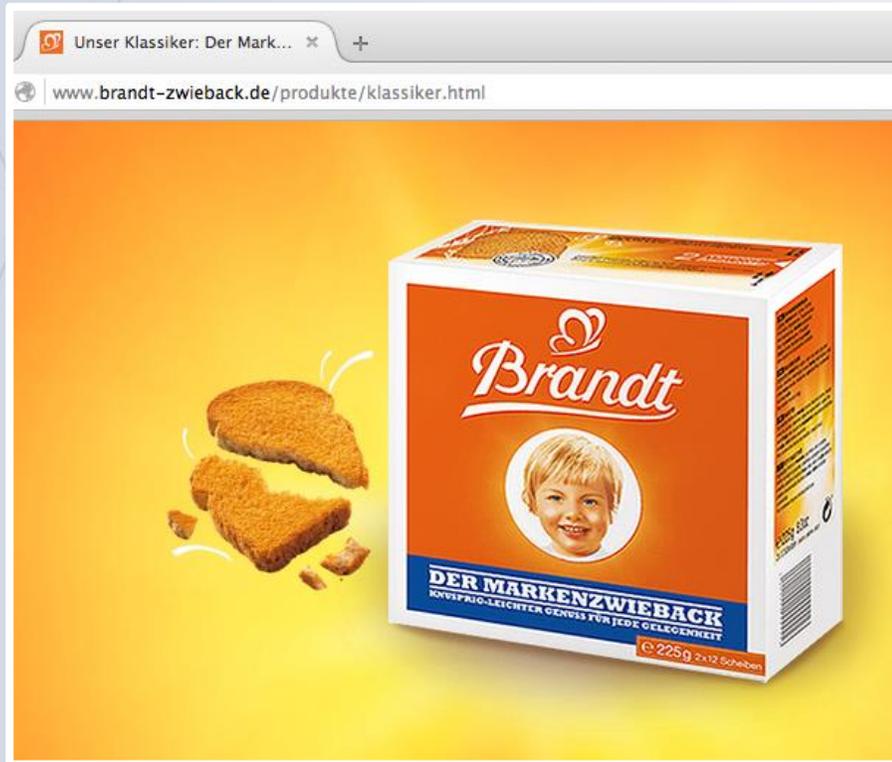
Die Vertretung des Kindes ist Teil der elterlichen Sorge:

- ➔ **verheiratete Eltern:**
gemeinsame Personen- und Vermögenssorge
- ➔ **unverheiratete Eltern:**
im Regelfall Sorgerecht der Mutter,
gemeinsames Sorgerecht der Eltern bei gemeinsamer
Sorgerechtserklärung oder Übertragung seitens
Familiengerichts
- ➔ **Trennung:**
ändert an gemeinsamen Sorgerechts nichts,
außer auf Antrag von einem Elternteil





1. WERBUNG MIT KINDERN VERTRAGLICHE GRUNDLAGEN

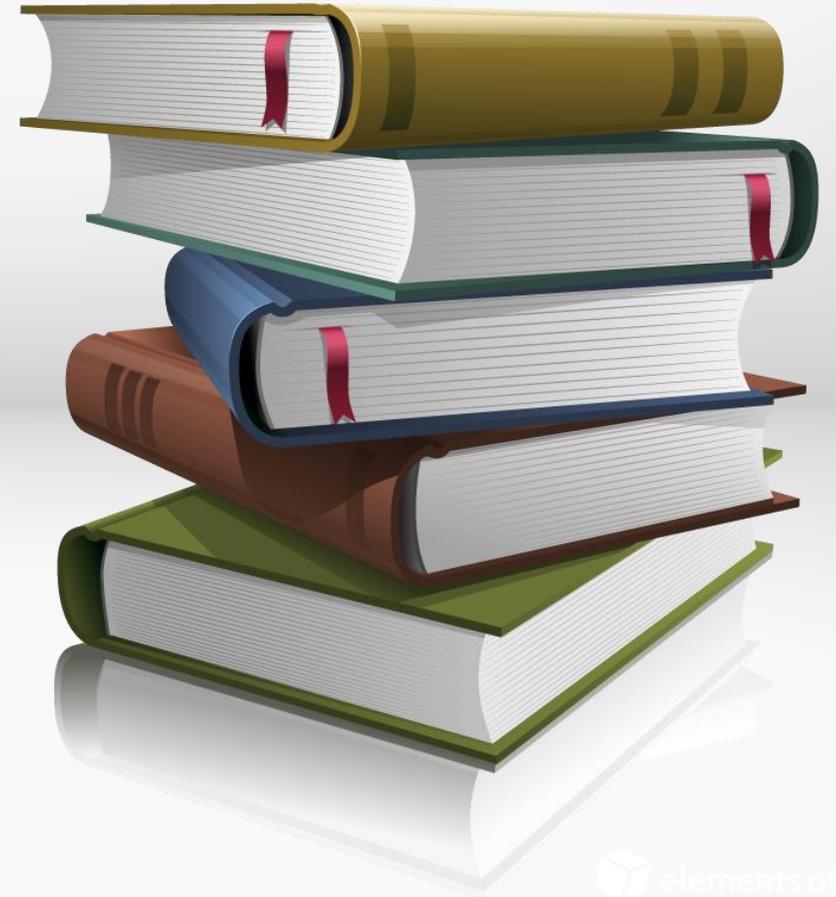


1. WERBUNG MIT KINDERN

VERTRAGLICHE GRUNDLAGEN

Einwilligung unterliegt den Voraussetzungen eines Vertragsschlusses

- Einwilligung bzgl. Nutzungsrechte ist erforderlich
- **Ab 14 Jahren auch Einwilligung des Minderjährigen erforderlich, sog. Doppelzuständigkeit für die Einwilligung** (BGH GRUR 2005, 74 – *Charlotte Casiraghi II*)
- Je älter und einsichtsfähiger der Abgebildete ist, desto weniger darf die Einwilligung der gesetzlichen Vertreter gegen dem Willen der/des Minderjährigen ausgeübt werden



1. WERBUNG MIT KINDERN

ARBEITSSCHUTZ

Tätigkeit in der Werbung ist grundsätzlich eine Beschäftigung im Sinne des Jugendarbeitsschutzgesetzes

Grundsatz:

Beschäftigungsverbot für Kinder unter 15 Jahren, eingeschränkt ab 13 Jahren bei Einwilligung und kindgerechter Beschäftigung

Weitere Ausnahmen für Werbeveranstaltungen und -produktion:

- unter 6 Jahre: 3 Stunden zwischen 8.00 und 22.00 Uhr
- 3 bis 6 Jahre: 2 Stunden zwischen 8.00 und 17.00 Uhr
- **und Bewilligung durch die Aufsichtsbehörde erforderlich**



2. Werbung gegenüber Kindern

Werbung gegenüber Kindern und Jugendlichen ist in Deutschland **grundsätzlich zulässig**, aber nur unter Rücksichtnahme auf ihre **besondere Schutzbedürftigkeit**.



Einschränkungen enthalten u. a. die folgenden Gesetze:

- Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)
- Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV), konkretisiert durch die Jugendschutzrichtlinien (JuSchRiL)
- Heilmittelwerbegesetz (HWG)
- Rundfunkstaatsvertrag (RStV), Telemediengesetz (TMG)



2. Werbung gegenüber Kindern

Unzulässigkeit nach § 3 UWG in Verbindung mit

Nr. 28 des Anhangs von § 3 III UWG – „Schwarze Liste“

Unzulässige geschäftliche Handlungen im Sinne des § 3 Abs. 3 sind

...

28. die in eine Werbung einbezogene unmittelbare Aufforderung an Kinder, selbst die beworbene Ware zu erwerben oder die beworbene Dienstleistung in Anspruch zu nehmen oder ihre Eltern oder andere Erwachsene dazu zu veranlassen;

2. Werbung gegenüber Kindern

§ 3 III UWG i. V. m. Nr. 28 des Anhangs zu § 3 III UWG

„Schwarze Liste“: Per-Se-Verbot ohne Prüfung der Umstände des Einzelfalls

Voraussetzungen

- Begriff des Kindes
- unmittelbare Aufforderung
- Zielgerichtetheit
- konkretes Produkt

§ 3 III UWG i. V. m. Nr. 28 des Anhangs zu § 3 III UWG

Begriff des Kindes

- Jedenfalls Kinder unter 14 Jahren
- Differenzierung gemäß § 3 Abs. 1 JMStV zwischen Kindern und Jugendlichen (zwischen 14 und 18 Jahren)
- Begriff nach europäischem Recht auszulegen

2. Werbung gegenüber Kindern

§ 3 III UWG i. V. m. Nr. 28 des
Anhangs zu § 3 III UWG

Unmittelbare Aufforderung

- Setzt einen an Kinder gerichteten Kaufappell voraus
(BGH, GRUR 2014, 686 – *Goldbärenbarren*)
- Aufforderung insbesondere durch sprachliche Elemente wie die Verwendung des Imperativs („Kauf“)



2. Werbung gegenüber Kindern

§ 3 III UWG i. V. m. Nr. 28 des Anhangs zu § 3 III UWG

- Unmittelbare Aufforderung

- „Schnapp Dir die günstige Gelegenheit und verpasse deiner Rüstung und Waffen das gewisse Etwas!“ (BGH, NJW 2014, 1014 – *Runes of Magic*)
- „Komm zu Media Markt und kassier beim Kauf eines Produkts deiner Wahl ab“ (BGH, NJW 2014, 3373 – *Zeugnisaktion*)

- **Nicht:** „Einfach fünf leckere Haribo-Produkte kaufen und gewinnen“ (BGH, GRUR 2014, 686 – *Goldbärenbarren*)
- **Nicht:** Werbung mit Kinder, die ein bestimmtes Produkt kaufen (OLG Köln, GRUR-Prax 2012, 588 – *Glückswochen*)
- **Nicht:** Quengelware (OLG Koblenz, GRUR-RR 2010, 20)

2. Werbung gegenüber Kindern

§ 3 III UWG i. V. m. Nr. 28 des Anhangs zu § 3 III UWG

- Zielgerichtetheit

Eine an jedermann gerichtete Werbung, von der sich auch Kinder angesprochen fühlen können, genügt nicht (BGH, GRUR 2014, 686 – *Goldbärenbarren*)



§ 3 III UWG i. V. m. Nr. 28 des Anhangs zu § 3 III UWG

- Zielgerichtetheit

nach dem Gesamtzusammenhang, Anhaltspunkte z. B.:

- Platzierung in Jugendmedien (BGH, GRUR 2006, 776 – *Klingeltöne*)
- Verwendung der zweiten Person Singular („Du“)
- kindertypische Begrifflichkeiten
- Anglizismen (BGH, NJW 2015, 485 – *Runes of Magic*)
- Zeichnungen (BGH, GRUR 2009, 71 – *Sammelaktion*)
- Preis der Ware

2. Werbung gegenüber Kindern

§ 3 III UWG i. V. m. Nr. 28 des Anhangs zu § 3 III UWG

- Konkretes Produkt

- Der Kaufappell muss sich auf ein oder mehrere konkrete Produkte richten (BGH, NJW 2014, 3373 – *Zeugnisaktion*)
- Link zum Webshop, in dem der Preis genannt wird, genügt (BGH NJW 2015, 485 – *Runes of Magic*)

0 VERRÜCKTER SOMMER % FINANZIERUNG

Man lernt nicht für die Schule, sondern für die Tiefpreise.

ZEUGNIS
Jahreszeugnis 2012/2013

PFLICHTUNTERRICHT			
Religion	€ 2,-	Mathematik	€ 2,-
Deutsch	€ 2,-	Biologie	€ 2,-
Englisch	€ 1,-	Chemie	€ 2,-
Physik	€ 2,-	Physik	€ 1,-
...

Zeugnisaktion am 30.07.2013

Mit jedem Einsen und jedem Zweier des aktuellen Zeugnisses kannst du bares Geld sparen! Komm damit zu Media Markt und kassier!

für jede Eins € 2,- und für jede Zwei € 1,- als Warengutschein.

Nur am 30.07.2013 bei Media Markt in Neu-Ulm!

Es zählen keine Kopfnoten nur Noten Eurer Lieblingsfächer. Bei Vorlage des Original Zeugniss. Keine Barauszahlung möglich.

Media Markt TV-Hifi-Elektro GmbH Neu-Ulm
Otto-Hahn-Straße 4 - Industriegebiet - Tel.: 0731, 9764-0

Öffnungszeiten: Montag-Samstag 10-20 Uhr
Keine Mitnahmegarantie. Alle Abholpreise.

Media Markt
www.mediamarkt.de Ich bin doch nicht blöd.

2. Werbung gegenüber Kindern

Unzulässigkeit nach § 3 UWG in Verbindung mit

§ 5a VI UWG – verschleierte Werbung

(6) Unlauter handelt auch, wer den kommerziellen Zweck einer **geschäftlichen Handlung nicht kenntlich macht**, sofern sich dieser nicht unmittelbar aus den Umständen ergibt, und das Nichtkenntlichmachen geeignet ist, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.

The screenshot shows the website 'www.spielaffe.de/kinderspiele'. The page features a grid of game thumbnails and two prominent advertisements. A red arrow points to the 'Kinder-Em-eukal' advertisement, which promotes 'Entdecke noch mehr tolle Jubiläumsaktionen!' with a 'Hier klicken!' button. Another red arrow points to the 'HAST DU EINE IDEE' advertisement, which features a man and a dog and says 'WAS MAN MIT TUN KANN!'.

2. Werbung gegenüber Kindern

Diese Werbung ist unzulässig!

OLG Köln, Urteil vom 12.04.2013,
Az. I-6 U 132/12 - SpielAffe

The screenshot shows the homepage of the website www.SPIELAFFE.DE, which is a platform for children's games. The page features a navigation bar with various categories like 'Start', 'Highscore Spiele', 'Multiplayer', and 'Videos'. Below the navigation bar, there is a grid of game thumbnails, each with a title and a play button. Two advertisements are highlighted with red arrows pointing from the text on the left page. The first advertisement is for 'Kinder-Em-eukal' and promotes 'Entdecke noch mehr tolle Jubiläumsaktionen!' with a 'Hier klicken!' button. The second advertisement is for 'HAST DU EINE IDEE' and features a man and a dog. The background of the website is a light blue and yellow color scheme.

2. Werbung gegenüber Kindern

§ 5 VI UWG – verschleiende Werbung

OLG Köln, Urteil vom 12.04.2013, Az. I-6 U 132/12 – *SpielAffe*

- Maßgebend Sichtweise eines durchschnittlichen Kindes (§ 3 Abs. 4 S. 2 UWG), da besonders schutzwürdiger Adressatenkreis
- Einbettung der Werbebanner in die Spieleseite (keine Abgrenzung durch bspw. eigene Kasteneinfassung)
- Im Werbebanner keine „werbetypischen“ Angaben wie Verkaufspreis etc.
- Hinweis muss nach Schriftart, Schriftgröße, Platzierung, Kontrast und Begleitumständen hinreichend deutlich sein, um eine Irreführung zu vermeiden



2. Werbung gegenüber Kindern

**Unzulässigkeit nach § 3 UWG in Verbindung mit
§ 3a UWG – Verstoß gegen Marktverhaltensregeln**

Unlauter handelt, wer einer gesetzlichen Vorschrift zuwiderhandelt, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln, und der Verstoß geeignet ist, die Interessen von Verbrauchern, sonstigen Marktteilnehmern oder Mitbewerbern spürbar zu beeinträchtigen.



2. Werbung gegenüber Kindern

§ 3a UWG – Rechtsbruch

„... gesetzlichen Vorschrift zuwiderhandelt, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln, ...“

Ausgewählte werberelevante Vorschriften im Sinne von § 3a UWG sind zum Beispiel:

- § 6 II - V Jugendmedienschutz-Staatsvertrag,
- Ziffern 7.3 und 7.4 Jugendschutzrichtlinie
- § 11 I Heilmittelwerbegesetz
- Werberichtlinie zu § 5 IV GlüStV

3. Checkliste: Kinder und Werbung, was ist zu beachten?



Eine an Kinder und Jugendliche gerichtete Werbemaßnahme hat insbesondere die folgenden Aspekte zu beachten:

- ✓ Vertragsschluss mit der richtigen Person
- ✓ Nutzungs- und Verwertungsrechte berücksichtigen
- ✓ Jugendarbeitsschutz einhalten
- ✓ Enthält keine direkte Aufforderung, ein Produkt zu kaufen oder andere dazu zu veranlassen

- ✓ Berücksichtigt die geschäftliche Unerfahrenheit von Kindern/Jugendlichen
- ✓ Übt keinen moralischen Druck auf Kinder oder Eltern aus, ein Produkt zu kaufen
- ✓ Enthält keine Aussagen, die irreführend, anreißerisch etc. sind
- ✓ Verschleiernicht, dass es sich um Werbung handelt

Siehe auch Verhaltensregeln Deutscher Werberat
(www.werberat.de/verhaltensregeln)

Bleiben Sie auf dem Laufenden!

NEUGIER IST WISSENSDRANG UND EIN OPTIMALER ANTRIEB FÜR GUTE IDEEN.

elements of art
junge kommunikation

Elements of Art GmbH
19 Abonnenten

ABONNIEREN 19

ÜBERSICHT

Uploads WIEDERGEHEN

Elements of Art - Webinar: Kids Design
68 Aufrufe · vor 5 Monaten

Und täglich grüßt der "Smombie"
223 Aufrufe · vor 1 Jahr

EoA bei der Digital Kids Conference & Toy Fair 2016
39 Aufrufe · vor 1 Jahr

Das EoA Halloween-Special
47 Aufrufe · vor 1 Jahr

Elements of Art - JetFriends (Lufthansa) Showreel
727 Aufrufe · vor 2 Jahren

Youtube-Channel:
youtube.com/ElementsofArtGmbH

EoA-Newsletter:
coa.del@newsletter

Zielgruppe,
Projekte und
Hintergründe





VIELEN DANK!
Bleiben Sie neugierig!

Elements of Art GmbH

Die Agentur für Kinder-, Jugend- und Familienmarketing

An der Eickesmühle 23, 41238 Mönchengladbach

Telefon: +49 (0)2166 91567-89 • E-Mail: info@eo.de • Web: www.eo.de