

MITGLIEDER DES ERFURTER NETCODES SIND:

bpb: Bundeszentrale für politische Bildung

Karl Kübel Stiftung für Kind und Familie

Deutsches Kinderhilfswerk *Auf die Kinder kommt es an.*

Bistum Dresden-Meißen

BISTUM ERFURT

EVANGELISCHE KIRCHE IN MITTELDEUTSCHLAND

EKD

FREISTAAT THÜRINGEN Kultusministerium

UNIVERSITÄT ERFURT

BLM

lfm: Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)

LMK Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz

TLM. Thüringer Landesmedienanstalt

LPR h e s s e n

ERFURTER NETCODE

Steigerstr. 10
99096 Erfurt

Thomas Eichler (Geschäftsführer)
Mobil: 0172-3700926
Tel.: 0361 / 2 11 77 80
Fax.: 0361 / 2 11 77 55
E-Mail: geschaeftsstelle@erfurternetcode.de



**Zehn Grundsätze des Erfurter Netcodes
zum Thema Werbung auf Internetseiten für Kinder**

ERFURTER NETCODE

1. Trennung von Werbung und redaktionellem Inhalt

Werbung und redaktioneller Inhalt müssen deutlich getrennt sein. Die Seiten müssen so gestaltet sein, dass die jeweilige Zielgruppe einer Seite anhand der Gestaltung von Werbung und Inhalt beides trennen kann. Da Spielen zum grundlegenden Nutzungsinteresse von Kindern gehört, sollten auch Spiele von der Werbung getrennt sein.

2. Ausgewogenheit

Auf einer Internetseite muss der redaktionelle Inhalt der Seite im Vordergrund stehen. Werbung darf weder vom Umfang noch in der Aufmachung den Inhalt einer Seite dominieren. Seiten, deren hauptsächliches Ziel die Werbung ist oder deren Charaktere und Symbole zum überwiegenden Teil mit Werbeinteressen verwoben sind, können im Sinne des Erfurter Netcodes keine Qualitätsseiten sein.

3. Erkennbarkeit

Der Anbieter berücksichtigt, dass die Zielgruppe der Werbung auf Kinderseiten in der Lage sein muss, die konkrete Werbung auf einer Seite als Werbung zu erkennen. Die Kinder müssen in die Lage versetzt werden, zu erkennen, wer für welches Produkt wirbt.

4. Entwicklungsorientierung

Der Anbieter berücksichtigt, dass die Zielgruppe der Werbung auf einer Kinderseite entsprechend ihres Entwicklungsstandes in der Lage sein muss, Werbung und ihren Charakter sowie ihre Intention grundsätzlich zu verstehen. Internetseiten für Kinder im Vorschulalter sind grundsätzlich nicht für Werbung geeignet.

5. Glaubwürdigkeit

Das Werbeumfeld einer Seite darf den redaktionellen Inhalt einer Seite nicht beeinflussen.

6. Verzicht auf Kaufaufforderungen

Die rechtlichen Bestimmungen des Jugendmedienschutzes müssen bei der Werbung auf Internetseiten für Kinder eingehalten werden. Insbesondere dürfen keine Kaufaufforderungen ausgesprochen werden.

7. Verzicht auf Erhebung personenbezogener Daten

Der Datenschutz der Kinder darf nicht durch Werbung beeinträchtigt werden. Personenbezogene Daten dürfen nicht im Umfeld von Werbung erhoben werden.

8. Überwältigungsverbot und Verbot der Handlungshemmung

Werbung auf Internetseiten für Kinder darf die Kinder nicht in der Nutzung der Inhalte der Seite behindern, etwa durch Popups oder Slalomkurse (Handlungshemmung). Eine klare, wiederkehrende Ordnung von Werbung und Inhalt auf der Internetseite und auf den Unterseiten sind zentrale Grundvoraussetzung für die Ausbildung einer Werbekompetenz.

9. Abgeschlossenes Surfumfeld

Werbung auf Kinderseiten darf nicht durch Links aus der Kinderseite herausführen. Externe Links müssen stets einen Hinweis vorschalten, dass die Kinderseite verlassen wird, und einen Weg zurück zur Hauptseite ermöglichen.

10. Werbefreiheit als besondere Qualität

Werbefreiheit ist auf Kinderseiten im Internet eine besondere Qualität.

Zehn Grundsätze des Erfurter Netcodes

zum Thema Werbung auf Internetseiten für Kinder