

11. März 2010

Forderungen an Anbieter von Kinderspielseiten im Internet

Der Verbraucherzentrale Bundesverband hat kürzlich Spielwebseiten, die sich an Kinder und Jugendliche richten, überprüft. Hierbei hat er festgestellt, dass eine beträchtliche Anzahl der untersuchten Seiten unzulässige Praktiken zur Gewinnerzielung durch Werbung durchführten. Teils wurden auch Verlinkungen zu nicht altersgemäßen Inhalten ausfindig gemacht. Untersucht wurden ein Querschnitt an Seiten, der Verbraucherzentrale Bundesverband mahnte daraufhin elf Anbieter ab. In fünf Fällen haben die Anbieter bereits eine Unterlassungserklärung abgegeben, in zwei Fällen wird Klage eingereicht und vier Verfahren befinden sich noch im außergerichtlichen Verfahrensstadium.

Schwerpunkt der Überprüfung: Werbung und Inhalte

Auffällig war bei der Prüfung die häufige Missachtung des Trennungsgebots, das heißt einer deutlichen Trennung der Werbung von den redaktionellen Inhalten der Internetseiten. Anbieter, die auf ihren Seiten ein Spieleangebot für Kinder bereit hielten, haben dem Trennungsgebot nicht hinreichend Rechnung getragen. So hat der vzbv unter anderem beanstandet, dass sich die Werbeanzeigen inmitten des Spieleangebots befanden und von diesem teils selbst für Erwachsene nicht zu unterscheiden waren.

Als höchst problematisch auf Seiten für Kinder ist auch solche Art von Werbung zu werten, die durch ihre Art der Gestaltung den Anschein erweckt, es handele sich um ein Spiel (zum Beispiel in Form eines Quizspiels –Frage-/Antwortspiel) der ausgewählten Internetseite.

Beim Anklicken derart gestalteter Spiele gelangen die Kinder oft auf ein kostenpflichtiges Angebot anderer Anbieter. Auch im Hinblick auf sogenannte Pop-Up-Fenster bestehen für den vzbv erhebliche Zweifel an der Zulässigkeit dieser Werbeform auf Kinderseiten. Zumindest dann, wenn diese das inhaltliche Angebot großflächig verdecken oder sich nicht problemlos beispielsweise wider der gewohnten Logik, also Kreuz als Schließsymbol, schließen lassen, sind diese aus Sicht des vzbv unzulässig. Dasselbe gilt für auf Kinderspielseiten vor dem Start eines Spiels vorgeschaltete Werbung (sogenannte Interstitials). Kinder können mit dieser Art von Werbung nicht umgehen, halten diese unter Umständen schon für den Spielbeginn und landen beim Anklicken des Werbefensters auf kommerziellen, und schlimmstenfalls auch auf jugendgefährdenden Seiten.

Auch wenn Anbieter behaupten, dass sie Teil sogenannten Blind Advertising Networks wären und damit die Inhalte der geschalteten (Fremd-)Werbung nicht beeinflussen könnten, ist das für den Verbraucherzentrale Bundesverband kein gültiges Argument: Wer Angebote

für Kinder bereit hält, muss bei der Wahl seines Vermarkters entsprechende Kriterien beachten.

Unabhängig davon, ob und in welchem Umfang sich Kinderangebote im Internet über Werbung finanzieren, dürfen derartige Geschäftsmodelle nicht zu Lasten der Kinder gehen. Kinder bewegen sich im Internet unbedarfter, reagieren auf Werbung anders als erwachsene Internetnutzer. Medienkompetenz und kritische Distanz sind speziell bei jungen Kindern noch wenig ausgeprägt. Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) definiert Kinder mit gutem Grund als besonders schützenswerten Personenkreis.

Forderungskatalog für Spieleplattformen, die sich an Kinder und Jugendliche richten

Für den vzbv ergibt sich aus der Überprüfung nachfolgender Maßnahmenkatalog, um Kinder im Netz vor kommerzieller oder nicht altersgemäßer Werbung angemessen zu schützen:

Art, Gestaltung und Inhalt der Werbung sowie die Zielgruppe einer Internetseite bilden den Maßstab für die rechtliche Beurteilung von Werbung im Internet auf Kinderseiten. Je jünger die mit Werbung konfrontierte Zielgruppe ist, umso restriktiver ist dieser Maßstab anzulegen. Dem Trennungsgebot ist nicht schon allein durch den Schriftzug „Werbung“ genüge getan; entscheidend ist bei Kinderportalen die gestalterische Trennung von Werbung und Inhalten.

Forderungen an werbefinanzierte Seiten für Kinder:

- Angebote an Kinder sollten grundsätzlich werbefrei sein.
- Keine Pop-Up-Werbung auf Kinderseiten
- Keine Interstitial-Werbung auf Kinderseiten
- Keine als Spiel getarnte Werbung
- Angabe einer Altersempfehlung als Zugangsvoraussetzung einer Internetseite gleich auf der Startseite
- Auf Kinderseiten muss ein noch strengerer Maßstab für das Trennungsgebot als bei anderen Internetseiten gelten: Notwendig ist die eindeutige gestalterische Trennung von Inhalten und Werbung.
- Werbeinhalte, auch von Drittanbietern, sind vom Anbieter stets auf ihre Inhalte und Alterstauglichkeit und nach den Maßstäben des Trennungsgebotes zu prüfen.

Darüber hinaus sind weitere Anforderungen durch Anbieter zu erfüllen, die sich an Kinder richten – unabhängig von einer Werbefinanzierung:

Weitere Forderungen:

- AGB und Datenschutzbestimmungen auch in altersgerechter Ansprache
- Zielgruppengerechte Information für Eltern und Kinder über Inhalte, Funktionalitäten der Internetseite, Mindestalter, Vertragslaufzeit, Kosten etc.
- einfach zugängliche, altersgerechte Kontaktmöglichkeit zum Betreiber
- zeitnahe Bearbeitung der Anfragen von Kindern, Eltern, sonstigen Nutzern