

Kurzinformation: AdKids - Werbenetz der Kinderseiten

Mit AdKids hat sich ein „Werbenetz der Kinderseiten“ gegründet, das eine gemeinschaftliche Vermarktung und Werbefinanzierung ihrer Online-Angebote anstrebt und dabei gleichzeitig einem hohen Anspruch an den Kinder- und Jugendmedienschutz Rechnung tragen möchte.

Werbung in Kindermedien wird in Deutschland kritisch beurteilt. Medienrechtler, Pädagogen und Verbraucherschützer beklagen, dass insbesondere einige Werbeformen im Internet für Kinder schwer zu erkennen sind und mit Problemen des Daten- und Jugendschutzes sowie mit Kostenfallen einhergehen.

AdKids kommt der Forderung nach gesellschaftlicher Verantwortung und fairem, am Kindeswohl ausgerichteten Onlinemarketing entgegen. AdKids formuliert Kriterien und stellt Praxistools zur Verfügung, mit denen akzeptable und die Werbekompetenz unterstützende Werbung auf Kinderseiten möglich wird. Von AdKids profitieren alle beteiligten Akteure:

1. Kinder werden im sicheren und kindgerechten Content-Umfeld der Kinderseiten gezielt mit Werbung konfrontiert. Sie bekommen mit einer verbindlichen Kennzeichnung von Werbung Wahrnehmungshilfen zur Verfügung gestellt, die es ihnen ermöglichen Onlinewerbung zu erkennen, zu verstehen und souverän damit umzugehen. Damit tragen die verantwortlich agierende Werbewirtschaft und die Praxistools von AdKids zur Werbekompetenzentwicklung von Kindern bei.
2. Anbieter von Kinderseiten erreichen eine Refinanzierung ihrer redaktionellen Arbeit, ohne dass sie ihre Reputation und ihren Vertrauensvorsprung verlieren. Der Zusammenschluss zu einem Werbeverbund ermöglicht auch kleineren Anbietern mit geringer Reichweite für größere Kampagnen gebucht zu werden. Die im Werbenetz vertretenen Kinderseiten sind eingebettet in eine qualitativ herausragende und hochgradig vernetzte Struktur seriöser Angebote für Familien- und Bildungskontexte.
3. Die Werbewirtschaft verbindet mit Hilfe der Praxistools von AdKids ihre kommerziellen Interessen mit der Forderung nach gesellschaftlich verantwortlichem Handeln. Sie nimmt Kinder als Verbrauchergruppe ernst, die Schutz und Förderung braucht. Der Werbeverbund der Kinderseiten stellt ein zielgruppenspezifisches und qualitativ herausgehobenes Werbeumfeld dar, das bei Kindern und Eltern große Akzeptanz erfährt. Darüber hinaus stellt sich AdKids der Werbewirtschaft als Diskursplattform zur Verfügung, auf der gemeinsam mit der Medienaufsicht sowie dem Jugend-, Verbraucher- und Datenschutz nach für alle Seiten akzeptablen Lösungen des Online-Marketings gesucht wird.

Arbeitsweise und Teilleistungen

AdKids und seine Mitglieder vermarkten sich gemeinsam und werden von Vermarktern als Einheit behandelt. Dabei agiert AdKids als Schnittstelle zwischen beiden Seiten und unterstützt die gemeinsame Kommunikation nach außen, ebenso wie individuelle Absprachen nach innen. AdKids berät beide Seiten in Fragen der an den Kriterien orientierten Vermarktung von Kinderseiten und kontrolliert die Einhaltung der Kriterien. Die Mitglieder von AdKids bleiben juristisch und wirtschaftlich unabhängig. Kinderseitenanbieter und Vermarkter schließen Einzelverträge ab und behalten ihre vollständige Selbstständigkeit.

Die Geschäftsbeziehungen sind mit zwei Verträgen geregelt: Zum einen durch einen Rahmenvertrag, den AdKids mit dem Vermarkter abschließen wird. Zum anderen durch eine Lizenzvereinbarung, die jedes Mitglied mit AdKids abschließen wird. Die Verträge enthalten folgende Verpflichtungen:

Die Mitglieder

- verpflichten sich für ein Jahr
- halten sich an die vereinbarte Praxis in Bezug auf Werbeformen und Kennzeichnung
- geben alle Daten bzgl. Reichweite, eingesetzten Werbeformen etc. an Seitenstark e.V. weiter zur Veröffentlichung auf der Website adkids.de im Bereich "Für Werbetreibende"
- binden das Logo von AdKids auf ihrer Seite ein

Der Vermarkter

- liefert Kampagnen an Mitglieder aus;
- sieht sich dem gemeinsamen Kriterien von AdKids verpflichtet;
- akzeptiert die Beschränkung auf bestimmte Werbeformen und akzeptiert die Kennzeichnung der Werbung;
- setzt sich bei seinen Werbekunden für die Ziele und Praxis von AdKids ein;
- unterstützt AdKids dabei, das Vorhaben in einschlägigen Fachkreisen vorzustellen;
- unterstützt die vertrauensvolle Zusammenarbeit (z.B. innerhalb des Fachbeirates).

AdKids stellt pädagogisch begründete Kriterien für akzeptable Werbung auf Kinderseiten bereit, die
(1) durch Ergebnisse wissenschaftlicher Studien fundiert sind und zur aktuellen Medienentwicklung sowie zum pädagogischen Diskurs Stellung beziehen,
(2) der Medienkompetenz von Kindern verschiedener Altersgruppen angemessen sind und diese nicht in ihrem Medienhandeln behindern und
(3) der Werbewirtschaft und den Kinderseitenanbietern differenzierte Umgangsweisen mit Werbeformen und Werbeinhalten empfehlen.

Werbung findet im Rahmen statt. Basierend auf den Empfehlungen des Hans-Bredow-Instituts sollte Werbung auf Kinderseiten eindeutig gekennzeichnet und als Werbung erkennbar sein. AdKids stellt als Praxistool einen Rahmen zur Verfügung, der um alle verwendeten Werbeformate gelegt wird. Dieser Rahmen beeinträchtigt nicht die kommerziellen Interessen der Werbung und dient Kindern als Wahrnehmungshilfe, um Onlinewerbung zu erkennen, zu verstehen und souverän damit umzugehen.

Werbeformate werden einschätzbar. Die Mitglieder von AdKids verpflichten sich, nur Werbeformate zu verwenden, die für die Altersgruppe ihres Angebotes geeignet sind. Bei jüngeren Kindern sind dies ausschließlich Werbeformen, die den Zugang zum Content nicht behindern. Bei älteren Kindern können auch andere Werbeformen möglich sein, sofern Ergebnisse von Studien erkennen lassen, dass Kinder diese Formen von Online-Werbung als Werbung erfassen können.

AdKids richtet einen Fachbeirat ein. Im Fachbeirat nutzen Verantwortungstragende und Experten aus den Bereichen Medienaufsicht sowie dem Jugend-, Verbraucher- und Datenschutz sowie Werbewirtschaft AdKids als runden Tisch, um gemeinsam aktuelle Entwicklungen des Online-Marketings und der Werbekompetenz der Nutzenden zu diskutieren.

Träger von AdKids ist der vom Bundesfamilienministerium geförderte gemeinnützige Seitenstark e.V. Der Verein übernimmt die Trägerschaft in der Gründungsphase bis mindestens einschließlich 2016, bis die Frage nach der Gründung eines eigenständigen Trägervereins geklärt ist.