



VKI: Kinder und Werbung – Gerichtsentscheid zu „Karlis Schulbox“ Utl.: Reklamebeilage in Comicbuchform ist „aggressive Geschäftspraxis“

Schulen dürfen nicht zu Werbepattformen gemacht werden, schrieb Mitte Juni das Bildungsministerium in einem offiziellen Rundbrief. Die Warnung ist berechtigt, denn Unternehmen schießen bei ihren Marketingaktivitäten an Schulen immer wieder über das Ziel hinaus. So auch die Karli Printi GmbH, die u.a. „Karlis Schulbox“ vertreibt. Die Box, die 2014 im Rahmen der Einschulung in mehreren Bundesländern verteilt wurde, enthielt neben anderen Artikeln auch eine Beilage in Bilderbuchform, in der für ein Jugendkonto der BAWAG P.S.K. sowie einen Mobilfunkvertrag bei A1 geworben wurde. Eine solche Form der an Kinder gerichteten Werbung ist unzulässig, entschied nun das Landesgericht Graz auf Initiative des Vereins für Konsumenteninformation. Der VKI will auch in Zukunft weiter gegen aggressive Schulwerbung vorgehen und ruft Schüler, Eltern und Lehrer dazu auf, aktuelle Beispiele und Beobachtungen an schulwerbung@vki.at zu melden.

Werbung, die sich an Minderjährige richtet, ist nur in einem bestimmten Rahmen zulässig. Vor allem an Schulen ist dabei ein hohes Maß an Sensibilität gefragt, erklärt VKI-Jurist Dr. Peter Kolba: „Das ergibt sich aus dem pädagogischen Auftrag der Schulen, aber auch daraus, dass zwischen Schülern und Lehrern ein besonderes Vertrauensverhältnis besteht. Wird im Klassenzimmer für ein Produkt geworben, kann das als Qualitätssiegel oder sogar als Kaufempfehlung aufgefasst werden. Kinder und Eltern werden auf diese Weise unzulässig beeinflusst und zu Konsumententscheidungen gedrängt.“

Im Fall von „Karlis Schulbox“ etwa suggerierte das beigelegte Bilderbuch, dass die Kinder ein eigenes Bankkonto und ein Mobiltelefon benötigten, um auch „zu den Großen zu gehören“. Das Heft mit dem Titel „Mit Sicherheit viel Spaß rund um die Schule“ erzählt, wie sich die sechsjährige Johanna auf ihren ersten Schultag vorbereitet. In der Schultüte findet sie „sehr viele nützliche Sachen für die Schule“, u.a. ein Handy. Einige Seiten später erhält das Mädchen ein eigenes Bankkonto mit Bankomatkarte. Beigefügt fanden die Kinder einen Gutschein der BAWAG P.S.K., mit dem bei Eröffnung eines Jugendkontos auch ein Rabatt von 25 Euro auf ein Smartphone von B.free eingelöst werden konnte.

Viel Leistung – wenig Geld

„Solche Beispiele zeigen, wie sorglos in vielen Fällen mit Schulwerbung umgegangen wird“, so Rechtsexperte Peter Kolba. „Für einen meist geringen Gegenwert räumen die Schulen den werbenden Unternehmen weitgehende Befugnisse ein. Das beinhaltet oft nicht nur das Verteilen von Werbemitteln, sondern auch den Auftritt von Mitarbeitern des Unternehmens bei Schulveranstaltungen oder direkt im Unterricht. Hier besteht dringender Aufklärungs- und Handlungsbedarf.“

SERVICE: In den vergangenen Jahren konnte der VKI bereits mehrfach erfolgreich gegen aggressive Schulwerbung intervenieren. Zum Start des neuen Schuljahres werden weitere aktuelle Beispiele und Beobachtungen gesammelt. Der VKI ruft Schüler, Eltern und Lehrer dazu auf, ihre Erfahrungen per Email an schulwerbung@vki.at zu melden.