

KRS: Eine Strafe in Milliardenhöhe kann wegen rechtswidriger Kinderwerbung auferlegt werden

Für diejenigen, die Werbungen veröffentlichen, lohnt es sich im Falle von Kinderwerbungen die Rechtsvorschriften in vollem Umfang einzuhalten, weil nämlich Gesetze und Rechtsanwendung die Kinder als Zielgruppe in besonderem Maße schützen – darauf hat der Experte der Anwaltskanzlei Kovács Réti Szegheő aufmerksam gemacht.

Die Kinder bilden eine verletzbare, leicht beeinflussbare Verbrauchergruppe, daher sichert der Gesetzgeber ihren Schutz durch zahlreiche Rechtsvorschriften. Solche Bestimmungen sind zum Beispiel in den Gesetzen über die grundlegenden Bedingungen und einzelnen Beschränkungen der kommerziellen Werbetätigkeit, sowie auch in den Gesetzen über die Mediendiensteleistungen und Massenkommunikation zu finden.

Nichtsdestoweniger sind wir als Eltern Tag für Tag damit konfrontiert, dass sich während des Zeitraumes des Abendmärchens etliche, die Kinder zum Kauf anregende Werbungen über die ahnungslosen Zuschauer ergießen – hat RA dr. Mónika Kapetz darauf hingewiesen.

Sie sind besonders geschützt

Das Gesetz Nr. XLVII von 2008 über das Verbot unlauterer Geschäftspraktiken gegenüber den Verbrauchern (Verbraucherschutzgesetz/Vsg.) bietet zweifachen Schutz für Kinder als Verbraucher. Einerseits schützt das Gesetz die Kinder als Zielgruppe im Besonderen.

Andererseits gilt in der Anlage des Gesetzes, in der so genannten „schwarzen Liste“, als rechtswidriges Verhalten die direkte Aufforderung an Kinder in einer Werbung, die beworbenen Waren zu kaufen oder ihre Eltern oder andere Erwachsene zu überreden, die beworbenen Waren für sie zu kaufen, was - ohne weitere Bedingungen - als unlautere Geschäftspraktik anzusehen ist.

In den Fällen, in denen die Ungarische Wettbewerbsbehörde Kinderwerbungen untersucht hat, wurde festgestellt, dass das Vsg., um die Kinder zu schützen, auch jene Werbungen verbietet, die auf jene Verbraucher zielen, welche den die Ware tatsächlich einkaufenden Verbraucher beeinflussen können.

Demnach wird die Werbung als rechtswidrig gelten, wenn die Kinder aufgrund der Werbung ihre Eltern zum Kaufen von bestimmten Produkten überreden wollen – betonte die Expertin der Anwaltskanzlei Kovács Réti Szegheő.

Erfahrungen aus der Rechtsanwendung

Es ist wichtig, dass das Zustandekommen der geschäftlichen Entscheidung nicht an das Entstehen des zivilrechtlichen Vertrages gebunden ist, und sogar die Feststellung der Rechtsverletzung nicht an die Voraussetzung gebunden ist, dass das Produkt gekauft wird. Es gilt auch dann als Kinderwerbung, wenn das Produkt tatsächlich von den Eltern gekauft wird.

Es hat sich in der Rechtspraxis herauskristallisiert, dass die Werbung die Aufforderung „Kaufe das Produkt“ nicht unbedingt enthalten muss. Es genügt zur Verwirklichung der Rechtsverletzung, dass



die Werbung das Kind zum Erwerb des Produktes motiviert, zum Beispiel wenn der Erwerb eines Geschenkes (z.B.: Plüschtier, Aufkleber usw.) an den Kauf eines gegebenen Produktes gebunden ist.

Im Falle von sog. Schwarze Liste Tatbeständen hat der Gesetzgeber vorausgesetzt, dass diese zur Verzerrung der Verbraucherentscheidungen geeignet sind, so untersucht die vorgehende Behörde nicht, wie aggressiv die Aufforderung ist, und welche Wirkung jene auf Minderjährige ausübt. Das heißt, dass die Verwirklichung des Tatbestandes ohne weitere Bedingungen eine Rechtsverletzung bedeutet.

Die von den Erwachsenen abweichende emotionale und intellektuelle Entwicklung

Die gesetzliche Regelung zielte offensichtlich nicht darauf, dass Kinderwerbungen nicht geschaffen werden, jedoch halten die Kinder ein anderes Merkmal des Produktes für wichtiger als die Erwachsenen wegen ihrer unterschiedlichen Wahrnehmung, und ihrer von den Erwachsenen abweichenden emotionalen und intellektuellen Entwicklung – betonte RA dr. Mónika Kapetz.

Es ist häufig, dass die Werbung nicht die Vorteile durch den Erwerb betont, sondern die Nachteile aus Mangel am Besitz des Produktes. Diese Art von Werbung haben eine starke Wirkung auf die Kinder.

Die Begründetheit des Schutzes der Kinder wird auch durch Forschungen unterstützt. Die 3-4 jährigen Kinder können zwischen Werbung und Realität nicht unterscheiden, die 5-7 jährigen Kinder sehen noch einseitig: der Grundsatz „was nicht der Wahrheit entspricht, ist eine Lüge, und alles ist wortwörtlich zu verstehen“ gilt in ihrer Welt. Die Kinder beginnen den Wert des Geldes von da an zu verstehen, wenn sie schon grundlegende Rechnungsbeispiele kennen.

Außerordentliche Verantwortung

RA dr. Mónika Kapetz betonte: Aufgrund der obigen Ausführungen, kann der Schluss gezogen werden, dass eine außerordentliche Verantwortung auf den Werbenden bei der Bestimmung des Inhaltes und der Realisierung von Kinderwerbungen lastet.

Der Rechtsanwender prüft die Inhalts- und formalen Merkmale in jedem Fall einzeln, um festzustellen, ob die Kinderwerbung gegen das Gesetz verstößt. Im Verlauf der Prüfung ist die Beurteilung der „unmittelbaren Aufforderung“ von besonderer Bedeutung.

Es ist von besonderer Wichtigkeit, dass der Schutz der Kinder sowohl für die Werbetreibenden als auch für zivile Organisationen eine wichtige Haftungsfrage darstellt. So kann dieser Schutz durch ihre Zusammenarbeit in viel größerem Umfang verwirklicht werden, aber auf diesem Gebiet gibt es noch viel zu tun.

Wenn die Eltern auf, nach ihrem Standpunkt, rechtsverletzende Kinderwerbung treffen, so können sie sich mit ihrer Beschwerde an die Verbraucherschutzbehörde wenden.

Im Falle von rechtswidrigen Werbungen geht die Verbraucherschutzbehörde entsprechend dem Vsg. vor, doch wenn das rechtswidrige Verhalten auch für die tatsächliche Beeinflussung des wirtschaftlichen Wettbewerbes geeignet ist, dann wird es von der Wettbewerbsbehörde geprüft, und soweit erforderlich, wird die Verbraucherschutzbehörde die Beschwerde von Amts wegen an die Wettbewerbsbehörde weiterleiten.



Kein Schreibfehler: die Höhe der Geldbuße kann sogar zwei Milliarden Forint erreichen

Im Falle der Feststellung einer Rechtsverletzung kann die Verbraucherschutzbehörde die Fortsetzung des rechtswidrigen Verhaltens verbieten, die Beseitigung des rechtsverletzenden Zustandes anordnen, und kann auch ein Verbraucherschutz-Bußgeld auferlegen, dessen Betrag sich von fünfzehntausend Forint bis zwei Milliarden Forint in den durch das Gesetz bestimmten Fällen erstrecken kann.

Die Wettbewerbsbehörde kann auch das rechtsverletzende Unternehmen durch diese rechtlichen Folgen bestrafen. Die maximale Höhe der Geldstrafe kann 10 Prozent des Nettoumsatzes des letzten Geschäftsjahres der Firma betragen.

Also lohnt es sich auch wegen der Sanktionen der Rechtsverletzungen, dass die Werbetreibenden im Falle von Kinderwerbungen die Rechtsvorschriften in vollem Umfang einhalten – so abschließend die Expertin der Anwaltskanzlei Kovács Réti Szegheő.