



# Terre des hommes

aide à l'enfance | Kinderhilfe  
aiuto all'infanzia | child relief | [www.tdh.ch](http://www.tdh.ch)

## **Child Guardian 2011 : Für den Kinderschutz in der Werbung**

Werbepreis von Terre des hommes – Kinderhilfe  
In Zusammenarbeit mit Schweizer Werbung SW und Publicité Romande

### **Reglement**

#### **Vorwort:**

Terre des hommes – Kinderhilfe distanziert sich von der radikalen Position, wonach jede Darstellung von Kindern in der Werbung einer Ausbeutung von Kindern gleichkommt. Jedoch möchten wir eine Diskussion rund um die Abbildung und Darstellung von Kindern in der Werbung lancieren.

Ziel ist es, die Rolle der Kinder in der Werbung zu diskutieren: Wie werden die Kinder dargestellt? Welche Werte werden vermittelt? Wo werden Kinder als reine Objekte instrumentalisiert?

Dabei suchen wir eine positive Annäherung in der kommerziellen Kommunikationswelt und prämiieren entsprechend den unten vorgestellten Richtlinien vorbildliche Werbesujets. Es handelt sich dabei um Werbesujets, welche die Achtung der Kinderrechte mit einer wirksamen Kommunikationssprache und Darstellung verbinden.

Die Richtlinien wurden aus der Uno-Kinderrechtskonvention abgeleitet und haben drei Kriterien zu erfüllen:

1. Kein Verstoß gegen die Prinzipien des Kinderschutzes
2. Darstellung der Kinder als vollwertige Persönlichkeiten
3. positive Vorbildfunktion der Kinder

Ausserdem dürfen die Auftraggeber der jeweiligen Werbung in ihrer Firmenpolitik nicht gegen die Kinderrechte verstossen.

## **I. Prämierungsbedingungen**

Beurteilt werden nicht gesamte Werbekampagnen, sondern ausdrücklich einzelne Werbesujets,

- a) bei denen Kinder oder eindeutig Körperteile von Kindern dargestellt werden, und
- b) die in der Zeitspanne vom 01.01.2010 bis zum 31.12.2010 in der Schweiz publiziert wurden.

Die Teilnahme ist unentgeltlich.

Jedes Unternehmen kann sich mit einer unbeschränkten Anzahl Werbesujets am Wettbewerb beteiligen. Für jedes einzelne Werbesujet ist ein eigenes Anmeldeformular auszufüllen. Das unterschriebene Anmeldeformular in gedruckter und das Werbesujet in digitaler Form können bis zum **28.02.2011** eingereicht werden an:

*Terre des hommes – Kinderhilfe  
Child Guardian  
Av. de Montchoisi 15  
1006 Lausanne  
childguardian@tdh.ch*

Prämiert werden Werbesujets, welche einen kommerziellen Zweck anstreben und die Geschäftstätigkeiten von Unternehmen bewerben.

Zum Preis nicht zugelassen sind Unternehmen und Organisationen, die gegen Kinderrechte verstossen oder die Kinderarbeit sowie allgemein die Ausbeutung von Kindern irgendwo auf der Welt in Anspruch nehmen.

## **II. Kategorien:**

Die zu beurteilenden Werbesujets werden in den zwei folgenden Kategorien aufgeteilt:

- Print: Anzeigen und Plakate.
- TV-Spot: Ausstrahlung auf Schweizer TV-Sendern.

## **III. Beurteilungsgremium**

Für die Beurteilung der Werbesujets wird eine Jury eingesetzt. Die Jury setzt sich einerseits aus Kindern zusammen, andererseits aus angesehenen Vertretern von verschiedenen Bereichen, die den Themen des Kinderschutzes und der Werbung sehr nahe stehen.

Die Jury wird die eingegangenen Werbesujets anhand der Richtlinien analysieren, die Zutreffendsten bestimmen und die Preise zuerkennen. In jeder Kategorie wird ein Preis verliehen.

Der Stichentscheid liegt beim / bei der Jury-Präsident/in.

Die Beurteilungen der Jury sind nicht anfechtbar.

## IV. Beurteilungskriterien

Die folgenden Richtlinien werden bei der Analyse der Werbesujets berücksichtigt:

### 1) Kinder schützen

Kinder haben Anrecht auf einen besonderen Schutz. In der Werbung umfasst dies insbesondere:

- Schutz vor allen Formen der Ausbeutung: keine anzüglichen, zweideutigen Darstellungen von Kindern in der Werbung usw.;
- Schutz vor Diskriminierung;
- Keine Verharmlosung von Gewaltanwendung oder Aufforderung dazu;
- Werbung darf Kinder nicht zu ungesunden oder gefährlichen Verhalten aufmuntern;
- Die Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit von Kindern darf nicht ausgenutzt und das Vertrauen von Kindern nicht missbraucht werden. Kindern soll insbesondere nicht das Gefühl vermittelt bekommen, weniger Wert zu sein, wenn sie ein gewisses Produkt nicht besitzen.

### 2) Kinder sind vollwertige Persönlichkeiten und haben Vorbildfunktion

Die Uno-Kinderrechtskonvention versteht Kinder als Subjekte mit Rechten und Pflichten. Kinder sollen gemäss ihrem Alter und ihrer Reife ernst genommen und angehört werden. Daraus folgt:

- Keine Darstellung von willenlosen Geschöpfen. Kinder sind keine Objekte. Keine herabsetzende Verniedlichung von Kindern.
- Es soll das Bild von „starken“ Kindern vermittelt werden, die „nein“ sagen können.

Kinder und Jugendliche, die in der Werbung auftreten, haben für ihre Altersgenossen Vorbildfunktion. Werden stets nur perfekte Vorbilder vermittelt (wie schlanke, schöne Mädchen und starke Jungs), haben es „normale“ Kinder und Jugendliche schwierig.

### 3) Originalität

Der Kinderschutz und die Kinderrechte wurden in den Werbesujets ernst genommen und mit Originalität umgesetzt.

## **V. Preise**

In jeder Kategorie gibt es ein siegreiches Werbesujets. In symbolischer Form erhalten die Agentur und die Werbeauftraggeber in den jeweiligen Kategorien den Child Guardian Award.

Zudem wird versucht, ein extern gesponsertes Preisgeld einem Kinderschutzprojekt in der Schweiz zuzusprechen.

Die Preise werden den Siegern im Rahmen des von der Schweizer Werbung SW organisierten Branchentreffs am „Tag der Werbung“ überreicht, der dieses Jahr am 6. Mai 2011 in Lugano stattfindet.

Die Teilnahme am Preis setzt die uneingeschränkte Zustimmung zu dem im vorliegenden Reglement enthaltenen Regeln voraus. Deren Nichtbeachtung führt ohne Mitteilung an den Teilnehmern zum Ausschluss von Wettbewerb.