



Wer eine Stunde pro Tag fernsieht, schaut 40 Stunden Werbung im Jahr.

KEYSTONE

Wie doof ist Werbung?

Fernsehsports dürfen Kinder nicht zum Kauf aufrufen

VON PASCAL RITTER

Werbung ist cool. Beim zweiten Mal kann man die Melodie schon mitsummen. Werbung kann aber auch gefährlich sein: Nimmt man sie zu ernst, wird man schnell zu dick. Denn obwohl man nur wenig Süs-ses essen sollte, wirbt jede fünfte Essens-Werbung am Fernsehen für Schokolade oder Bonbons. Jedes Kind weiss, dass man nicht alles glauben darf, was einem die Werbung sagt. Aber die schönen Melodien und eingängigen Sprüche bleiben trotzdem im Kopf hängen.

Viele Werbungen richten sich an Kinder. Ein Kind, das eine Stunde pro Tag fernsieht, bekommt im Jahr rund 40 Stunden Werbung zu sehen. Zudem locken die Firmen Kinder auch mit Spielen und Geschenken. Wie zurzeit die Migros, die Produkte in Spielzeuggrösse

verteilt. Werbungen verführen nicht nur zum Kauf, sie ermöglichen auch schöne Dinge. Denn Firmen bezahlen viel Geld für die Reklame. «Dank der Werbung hat das Fernsehen mehr Geld, um interessante Sendungen zu machen», erklärt Romi Hofer von der Firma Publisuisse, die fürs Schweizer Fernsehen die Werbung organisiert.

Auch Zeitungen wie die «Schweiz am Sonntag» finanzieren sich über Inse-
rate. Die Abonnemente decken nur einen Teil der Kosten für Druck und Löhne der Angestellten. Zudem möchten Firmen auch mehr einnehmen, als sie ausgeben.

KINDERWERBUNG darf weder zum Kauf aufrufen noch Sendungen unterbrechen. So steht es im Gesetz. Reklame kann man auch stoppen. Beim Fernsehen hilft Aus- oder Umschalten. Im Internet kann man Werbung blockieren. Ein spezielles Programm kann Reklame erkennen. Mit einem solchen «Ad-Blocker», den es für verschiedene Internetsurfprogramme gibt, kann man per Klick ent-

scheiden, ob man die Werbung ansehen will. Doch es gibt Reklame, die kann man nicht wegstöpseln. Plakate ziehen den Blick automatisch auf sich. Darum würde Medienforscher Christian Hänggi Plakatwerbung am liebsten abschaffen. «Plakate haben die Nachteile aller anderen Werbungen: Nicht alle Menschen wollen sie anschauen und sie werben nicht nur für Gutes. Sie haben aber nicht die Vorteile: Sie ermöglichen weder lässige Fernsehsendungen noch interessante Zeitungsartikel», sagt Hänggi.

Zudem findet Medienexperte Hänggi es ungerecht, dass nur wer Geld hat, bestimmen darf, was für Sprüche oder Bilder auf die Plakate kommen. Denn das Aufhängen eines Plakats kann über 1000 Franken pro Woche kosten. Das können sich nicht alle leisten. «Die Strassen und Plätze gehören allen, also sollen auch alle mitbestimmen können, ob und was für Plakate dort zu sehen sind», findet Hänggi. Ob man Werbung mag oder nicht. Wichtig ist, dass man sich nicht beeinflussen lässt und selber entscheidet, was für einen gut ist.