

V L A A M S   P A R L E M E N T



Zitting 1999-2000

3 mei 2000

**VOORSTEL VAN RESOLUTIE**

– van mevrouw **Riet Van Cleuvenbergen c.s.** –

**betreffende het vrijwillig respecteren  
van een sperperiode voor de grote kinderfeesten**

**ADVIES**

**van het Kinderrechtencommissariaat**

---

*Zie :*

**77** (1999-2000)

– Nr. 1 : Voorstel van resolutie



## SPERPERIODE KINDERFEESTEN

### SITUERING

Dat we in een consumptiemaatschappij leven, is geen nieuws meer. Steeds meer stemmen gaan echter op om sommige uitwassen daarvan aan banden te gaan leggen. Eén van de vragen die momenteel spelen, zowel op Vlaams als op federaal<sup>1</sup> niveau, is deze naar de mogelijks nadelige invloed van de commercie rond de grote kinderfeesten als Sinterklaas, Kerstmis en Pasen.

We kunnen vaststellen dat de betekenis van deze feesten grondig gewijzigd is: waar vroeger het religieuze of het symbolische nog de overhand had, gaat het nu vooral om feesten met veel geschenken en verwennenijen voor de kinderen en veel lekker eten en drinken voor de volwassenen.

Op zich is daar natuurlijk niets mis mee, ware het niet dat het commercieel gebruiken (misbruiken?) van figuren als Sinterklaas en Zwarte Piet, de Paashaas, de Kerstman verwarrend kan werken naar kleine kinderen toe.

Naast de traditionele feesten zien we daarenboven ook nog andere nieuwe feesten opduiken, zwaar gepromoot en ingevoerd door de commerciële sector, veeleer dan door de eigen Vlaamse culturele of religieuze achtergrond, zoals Valentijn en Halloween.

Sinten, Paashazen e.d. verschijnen steeds vroeger ten tonele en de commercialisering van dergelijke feesten gaat steeds maar verder. Kinderen zijn nog maar net "terug naar school"<sup>2</sup> en daar lopen de eerste Sinten alweer rond. Zij stellen dat vooral kleuters het daar zeer moeilijk mee kunnen hebben doordat zij een heel ander tijdsbesef hebben en soms de spanning van het afwachten niet aankunnen. Daarnaast is het risico van verwenning en "nooit genoeg" niet denkbeeldig wanneer men de reclamefolders ziet die specifiek op kinderen gericht zijn.

Deze vaststellingen vinden we ook terug in de toelichting bij het voorstel van resolutie. Het Kinderrechtencommissariaat kan zich daar volledig in vinden.

---

<sup>1</sup> Een petitie voor een dergelijke sperperiode werd onlangs aan Minister Aelvoet overhandigd en momenteel ligt deze vraag ter advies bij de Raad voor Verbruik.

<sup>2</sup> Bij wijze van spreken reeds aangekondigd aan het begin van de grote vakantie!

## OVERWEGINGEN

Het Internationaal Verdrag inzake de Rechten van het Kind geeft in deze concrete materie weinig aanknopingspunten. Het kind als consument was bij de redactie van dit verdrag blijkbaar geen al te grote bezorgdheid. Toch vinden we in het Verdrag steeds weer een algemene zorgplicht terug, die ook hier richtinggevend moet zijn voor het beleid.

Art. 3 stelt het algemene principe dat **bij alle acties m.b.t. het kind diens belangen de eerste overweging moeten vormen.**

Daarnaast is er ook art. 36: "de staten die partij zijn, beschermen het kind tegen alle vormen van exploitatie die **schadelijk zijn voor enig aspect van het welzijn van het kind.**" Dit artikel dwingt de bescherming af voor kinderen tegen alle mogelijke vormen van misbruik, die niet nader gespecificeerd worden in andere artikelen van het Verdrag<sup>3</sup>. Hoewel de term "exploitatie" misschien hard kan overkomen, wijst dit artikel toch op de kwetsbaarheid van, i.c. vooral kleine, kinderen.

Kijken we maar naar de huidige Pokémon-rage om te weten hoe snel kinderen gevat kunnen worden door een doordachte marketingstrategie zonder al te veel diepere inhoud. Ineens moet er Pokémonbadschuim gekocht worden en gaan kinderen zelfs met elkaar op de vuist over een pakketje Pokémonkaarten.

In deze context moeten we toch aanvaarden dat enig optreden ter bescherming verantwoord kan zijn.

Het is opvallend hoe kinderen in onze consumptiemaatschappij bijna eerder als consument dan als burger erkend en dus ook benaderd worden. Waar de onbekwaamheid als hoofdkenmerk geldt voor de minderjarige, is dit amper nog te zien in het commerciële circuit<sup>4</sup>. Producenten, reclamemakers, verdelers en verkopers vinden meer en meer hun weg naar het minderjarige publiek en weten ook maar al te goed hoe dit "segment" te bewerken is. Dit is een logisch gevolg van het vrije marktsysteem, dat wij aanhangen. Vraag is in hoeverre de overheid corrigerend kan en moet optreden binnen dit systeem.

Met de art. 3 en 36 voor ogen, is hier toch wel een verplichting tot zorg en bescherming aanwezig in hoofde van de overheid. Twee strategieën dienen zich aan.

---

<sup>3</sup> Vb: art. 19 (kinder mishandeling en -verwaarlozing), art. 33 (drugmisbruik), art. 34 (seksuele exploitatie), art. 35 (kinderhandel).

<sup>4</sup> Het Kinderrechtencommissariaat stelt niet zozeer deze vaststelling an sich in vraag, wel het achterwege blijven van bekwaamheden voor de minderjarige op andere, zelfs belangrijker, vlakken, zoals bijvoorbeeld de burgerrechtelijke bekwaamheden.

Op **politiek** niveau zou men beperkingen kunnen invoeren via wetten en/of decreten. Het voordeel hierbij is dat duidelijk aangegeven wordt dat er wel degelijk grenzen zijn en dat kinderen (en hun gezinnen) niet onbeperkt ge-/misbruikt kunnen worden voor louter commerciële en winstgevende doeleinden. Nadelig is anderzijds dat de controle op dergelijke beperkingen ofwel zeer kosten arbeidsintensief is (soms quasi-onhaalbaar), ofwel deels haar doel mist, gezien de winstdrijfveer bedrijven dusdanig inspireert tot het zoeken en vinden van omwegen van dergelijke beperkende bepalingen. De reeds ingevoerde beperking op de koopjesperiode illustreert dit.

De afdwingbaarheid van dergelijke regelgeving is dus niet zo groot.

De **sector** zelf zou hier ook zelfregulerend kunnen gaan optreden, via bijvoorbeeld een ethische code of "gentleman's agreement". Gezien de uiteenlopende belangen, verkoop- en winstcijfers versus welzijn van kinderen, valt hier echter weinig te verwachten. In de vrije markteconomie is het logisch dat bedrijven vooral het eigen voortbestaan en de eigen groei nastreven dan de belangen van kinderen

We moeten echter ook erkennen dat dit probleem zich in een ruimere context situeert. We leven nu eenmaal in een consumptiemaatschappij en we bewijzen kinderen een grotere dienst wanneer we hen met de eisen en verlokkingen van dergelijke maatschappij leren omgaan, dan dat we hen daar enkel angstvallig voor beschermen. Volgens het Kinderrechtencommissariaat dient dan ook een dubbel spoor gevolgd te worden.

Niet onbelangrijk in deze discussie is de mening van kinderen zelf. De Limburgse Kinderprovincieraad formuleerde in december '98 reeds volgend advies<sup>5</sup>:

*"De Sint mag ten vroegste zijn intrede doen vanaf 11 november. De Kerstman verschijnt vanaf 7 december en de Paashaas huppelt het land binnen ongeveer drie weken voor Pasen.*

*De Sint moet onberispelijk zijn. Zijn witte baard is verzorgd, zijn pij is mooi gestreken en hij draagt witte schoenen en rode sokken.*

*De Kerstman heeft een witte verzorgde baard, draagt een verzorgd rood pak en zwarte sneeuwlaarzen. Zijn buikje is mooi rond.*

*Sinterklaas, de Kerstman en de Paashaas zijn kindervrienden en kunnen niet gebruikt worden voor reclamedoeleinden."*

---

<sup>5</sup> Kinderprovincieraad, zitting 22 dec. 1998, doc. 221/98KD

## ADVIES VAN HET KINDERRECHTENCOMMISSARIAAT

Het Kinderrechtencommissariaat acht het opportuun dat dit debat gevoerd wordt, ook al ligt de regelgevende bevoegdheid terzake vooral op federaal vlak.

Enige overheidstussenkomst lijkt ons, op grond van haar zorgplicht, niet overbodig gezien de commerciële sector zich tot op heden nog niet echt als verdediger van kinderbelenen heeft laten kennen. Dit belet niet dat er samengewerkt kan worden met de sector en andere relevante groepen (consumentenbescherming e.d.) om zo tot haalbare afspraken te komen die dan bij wet/decreet bekrachtigd zouden kunnen worden.

Naast controlerende ingrepen door de regelgever, pleit het Kinderrechtencommissariaat ook voor sensibilisering naar ouders en andere opvoedende volwassenen toe. Kinderen moeten kunnen opgroeien tot kritische consumenten die niet klakkeloos volgen wat hen door ragebedenkers of reclame wordt opgelegd. De volwassenen dienen dat desnoods zelf eerst in te zien. Kinderen zijn in deze ook zelfstandige zingevende partners, die, mits informatie en ondersteuning, in staat zijn om fictie en realiteit van elkaar te leren onderscheiden.

In concreto kan van een sperperiode inzake kinderfeesten niet alle heil verwacht worden, maar een signaal is zeker en vast welkom.

Ankie Vandekerckhove  
Kinderrechtencommissaris  
Mei 2000