

1482/J

der Abgeordneten Motter, Partner und Partnerinnen

an den Bundesminister für Umwelt, Jugend und Familie

betreffend Maßnahmen zum Schutz für Kinder vor Werbetricks

Laut einer Studie des Dachverbandes der europäischen Konsumentenorganisationen (BEUC) sind Kinder und Jugendliche in steigendem Maß Ziel von intensiven Werbeaktivitäten. Da Kinder bis zum ca. achten Lebensjahr Fernsehprogramme nicht von Werbeeinschaltungen unterscheiden können, sind sie somit „Opfer“ hemmungsloser Marketingstrategien. .

Besondere Bemühungen, Kinder und Jugendliche an bestimmte Produkte zu binden, unternehmen Firmen im Schulbereich. So wird in der Studie erwähnt, daß in Österreich zahlreiche Banken Unterrichtsmaterial sponsern, um sich frühzeitig an potentielle Kunden zu wenden.

Auf europäischer Ebene wurden bisher keinerlei Begrenzungen solcher Praktiken beschlossen. Neben der Forderung nach einer europaweit einheitlichen Richtlinie zur Vermeidung solch problematischer Marketingstrategien empfiehlt die Studie der BEUC auch nationale Maßnahmen.

In diesem Zusammenhang stellen die unterfertigten Abgeordneten daher folgende

Anfrage

- 1 ) Ist Ihnen oben genannte Studie der BEUC bzw. die dargestellte Problematik bekannt?
- 2) Gibt es für Österreich Studien, die Ihnen bekannt sind und die sich mit diesem Thema befassen? .
- 3) Wenn nein, werden Sie eine Studie betreffend Kinder und Werbung in Auftrag geben?
- 4) Planen Sie Maßnahmen, um Werbeaktivitäten vor allem im Schulbereich zu beschränken?