
11397/AB XXIV. GP

Eingelangt am 11.07.2012

Dieser Text ist elektronisch textinterpretiert. Abweichungen vom Original sind möglich.

BM für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz

Anfragebeantwortung

Ich beantworte die an mich gerichtete schriftliche parlamentarische **Anfrage Nr. 12004/J der Abgeordneten Ing. Hackl u.a.** wie folgt:

Vorab ist festzuhalten, dass gesundheitspolitische Angelegenheiten in den Zuständigkeitsbereich des Bundesministeriums für Gesundheit fallen.

Zu Frage 1:

Die angesprochene Marktuntersuchung ist dem BMASK bekannt.

Zu Frage 2:

Aus dem Österreichischen Ernährungsbericht 2008 ergibt sich, dass das Ernährungsverhalten der österreichischen Kinder und Jugendlichen nicht zufriedenstellend ist. Ich gehe daher davon aus, dass die Ergebnisse der deutschen Markterhebung großteils auch auf Österreich zutreffen.

Zu Frage 3 und 4:

Werbung, welche auf die Zielgruppe der Kinder ausgerichtet ist, sollte meines Erachtens besonders kritisch geprüft werden. Die Einbeziehung einer direkten Aufforderung an Kinder, die beworbenen Produkte zu kaufen oder ihre Eltern zu überreden, die beworbenen Produkte für sie zu kaufen, ist als aggressive Geschäftspraktik verpönt und lauterkeitsrechtlich unzulässig. Das BMASK prüft seit mehreren Jahren direkt an Kinder gerichtete Werbung von Kinderlebensmitteln bis hin zu „Kauf mich“ Angeboten im Kinderfernsehen und beauftragt in ausgewählten Fällen den Verein für Konsumenteninformation mit der Führung von Verbandsklagen gegen unlautere Geschäftspraktiken.

Darüber hinaus hat sich das BMASK im Rahmen der Umsetzung der EU-Richtlinie über Audiovisuelle Mediendienste für einen restriktiven Verhaltenskodex für die österreichischen Rundfunkveranstalter hinsichtlich Werbung für ernährungsphysiologisch nicht empfehlenswerte Lebensmittel (zB solche mit hohem Salz und Fettgehalt) ausgesprochen.

Dieser Text ist elektronisch textinterpretiert. Abweichungen vom Original sind möglich.