

DR. REINHOLD MITTERLEHNER
Bundesminister



Bundesministerium für
Wirtschaft, Familie und Jugend

XXIV. GP.-NR

11703/AB

13. Aug. 2012

Präsidentin des Nationalrates
Mag. Barbara PRAMMER
Parlament
1017 Wien

zu 12027/J

Wien, am 10. August 2012

Geschäftszahl:
BMWFJ-10.101/0256-IM/a/2012

In Beantwortung der schriftlichen parlamentarischen Anfrage Nr. 12027/J betreffend „der Werbung von Kinderlebensmittel“, welche die Abgeordneten Ing. Heinz-Peter Hackl, Kolleginnen und Kollegen am 15. Juni 2012 an mich richteten, stelle ich fest:

Antwort zu Punkt 1 der Anfrage:

Ja.

Antwort zu Punkt 2 der Anfrage:

Aus dem 6. Bericht zur Lage der Jugend in Österreich für das Jahr 2011, der auf der Website meines Ressorts zum Download zur Verfügung steht, geht hervor, dass es eine Vielzahl von Einflussfaktoren wie z.B. Familie, Schule, Arbeitsplatz und die jeweilige Peer Group gibt, die sich auf das Ernährungs- und Bewegungsverhalten von Kindern und Jugendlichen auswirken.

Im Rahmen der von mir in Auftrag gegebenen Entwicklung einer Jugendstrategie wird daher auch der Bewegungs- und Mobilitätsförderung sowie einem ganzheitlichen Gesundheitsverständnis der Jugendlichen breiter Raum gegeben werden.



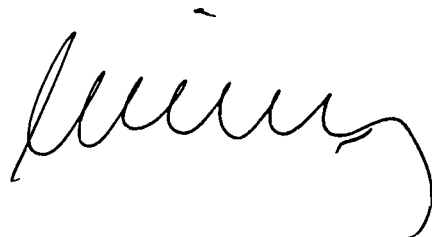
Unabhängig davon ist darauf hinzuweisen, dass Fragen zu Lebensmittelangelegenheiten und Ernährung in die Kompetenz des Bundesministers für Gesundheit fallen, so beispielsweise auch die Koordination der Kindergesundheitsstrategie, an deren Umsetzung mein Ressort mitwirkt.

Antwort zu den Punkten 3 bis 6 der Anfrage:

Im Zusammenhang mit direkten Aufforderungen an Kinder in der Werbung ist auf Z 28 des Anhangs I der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken und die entsprechende Umsetzung im Anhang zum Bundesgesetz gegen unlauteren Wettbewerb 1984 (UWG) zu verweisen, die ein solches Vorgehen verbieten:

"Z 28. Die Einbeziehung einer direkten Aufforderung an Kinder in der Werbung, die beworbenen Produkte zu kaufen oder ihre Eltern oder andere Erwachsene zu überreden, die beworbenen Produkte für sie zu kaufen."

Im Falle von unlauteren Geschäftspraktiken oder Werbung gegenüber Kindern kann gegenüber dem entsprechend Werbenden eine Unterlassungsklage von Mitbewerbern, Unternehmerschutzvereinigungen, allen Sozialpartnern, der BWB sowie in Fällen irreführender oder aggressiver Geschäftspraktiken auch vom VKI eingebracht werden.

A handwritten signature in black ink, consisting of a series of loops and a long horizontal stroke at the end.