

Stellungnahme

Eingebracht von: Dorner, Thomas

Eingebracht am: 08.10.2020

Stellungnahme der österreichischen Gesellschaft für Public Health (ÖGPH) zum Entwurf des Bundesgesetzes, mit dem das Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz, das KommAustria-Gesetz, das ORF-Gesetz und das Privatradiogesetz geändert werden sollen

Die ÖGPH begrüßt ausdrücklich die vorgeschlagenen Änderungen im Gesetzestext im Hinblick auf Erhöhung des gesundheitlichen Schutzes Minderjähriger. Das ist ein Schritt in die richtige Richtung. Die ÖGPH gibt jedoch auch zu bedenken, dass einige vorgeschlagene Änderungen für einen nachhaltigen Schutz der Gesundheit Minderjähriger zu wenig weit gehen.

Gemäß der in der Kurzinformation des Ministerialentwurfs (52/ME XXVII.GP) angeführten Hauptgesichtspunkte des Entwurfs geht es hier v.a. darum, auch soziale Netzwerke zu erfassen. Denn die sozialen Netzwerke treten mit der Verbreitung audiovisueller Inhalte zunehmend in Konkurrenz zu "klassischen" elektronischen Medien im Kampf um Zuschauer*innen-Anteile und Werbeumsätze. Die Videoplattformanbieter*innen sollen geeignete Maßnahmen treffen, um die Nutzer*innen vor Sendungen, nutzer-generierten Videos und audiovisueller kommerzieller Kommunikation (im Folgenden: avkK) zu schützen, die

- Minderjährige in ihrer körperlichen, geistigen oder sittlichen Entwicklung beeinträchtigen könnten;
- Aufstachelung zu gegen in Art. 21 der Grundrechte-Charta genannte Gruppen gerichteter Gewalt oder Hass enthalten;
- terroristische, kinderpornografische und rassistische oder ausländerfeindliche Inhalte verbreiten.

Im Text zu § 36 (Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation und Schutz von Minderjährigen) ist zu lesen, dass jeder Mediendienstanbieter in Bezug auf audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für Lebensmittel und Getränke Richtlinien in Bezug auf deren Wirkung zu erstellen und zu beachten hat, v.a. welche Formen der Kommunikation vor, nach und in Kindersendungen unangebracht sind.

Unserer Meinung nach ist dies angesichts steigender Prävalenzen von Übergewicht und Adipositas bei Kindern und Jugendlichen zu wenig weitreichend. Werbung für sogenannte „ungesunde“ Lebensmittel und Getränke – also z.B. gesüßte Frühstücksflocken, Süßigkeiten, Knabbersachen, Fertiggerichte, Fast-Food Produkte, Softdrinks und Energy Drinks – sollte überhaupt verboten werden (ähnlich §33 „Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für Tabakerzeugnisse“). Dies v.a. um die körperliche Entwicklung von Minderjährigen zu schützen und ungesunde Präferenzen und Gewohnheiten in Bezug auf Ernährung nicht noch zusätzlich zu fördern. Auch eine Werbeeinschränkung auf bestimmte Zeiten würde nicht viel bringen, da die Anbieter dann auf die neuen Medien ausweichen werden, die für ältere Kinder und Jugendliche ohnehin attraktiver als die Programmmedien sind.

Um noch weiter zu spezifizieren, welche Lebensmittel und Getränke gemeint sind, könnte das von der WHO 2015 entwickelte Nährstoffprofil-Modell verwendet werden (siehe https://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0005/270716/Nutrient-children_web-new.pdf). Überwacht werden sollte dieses Verbot auch nicht vom Mediendiensteanbieter selbst (also keine „Selbstkontrolle“ wie jetzt im Text angeführt), sondern natürlich von einer unabhängigen Stelle bzw. Behörde.

In Bezug auf andere Inhalte in audiovisuellen Mediendiensten, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können, begrüßen wir sehr die neuen Gesetzestextpassagen zu den Video-Sharing-Plattformanbietern, v.a. in Bezug auf „Verbotene und schädliche Inhalte“ (§54d) und „Geeignete Maßnahmen“ (§54e).