

Stellungnahme

Eingebracht von: Mayrhofer, Ute

Eingebracht am: 16.10.2020

An das Bundeskanzleramt

Stellungnahme zum Ministerialentwurf 52/ME XXVII. GP betreffend Bundesgesetz, mit dem das Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz, das KommAustria-Gesetz, das ORF-Gesetz und das Privatradiogesetz geändert werden

Die Dreikönigskation - Hilfswerk der katholischen Jungschar gemeinsam mit FIAN Österreich möchten zu dem oben genannten Entwurf wie folgt Stellung nehmen:

Nachdem wir bereits im Rahmen des 2021-Universal Periodic Review von Österreich auf Grund des Rechts auf Gesundheit, gemäß Art. 12 WSK Pakt und Art. 24 Kinderrechtskonvention und des Rechts auf Nahrung, gemäß Art. 11 WSK Pakt für eine verbindliche Regulierung von Werbung/Marketing von Nahrungsmitteln mit hohem Gehalt an Fett/Zucker/Salz, die an Kinder adressiert sind, plädiert haben, möchten wir die sachgemäße Implementierung der 2018/1808 Richtlinie fordern, um genau die Gewährleistung der oben genannten Rechte zu ermöglichen.

„Die Vermarktung von Lebensmitteln mit übermäßigem Energie-, Fett-, Zucker- oder Salzgehalt hat nachweislich schädliche Auswirkungen auf Kinder, denn sie fördert die Entwicklung ungesunder Präferenzen und Gewohnheiten in Bezug auf Ernährung und leistet der Adipositas im Kindesalter Vorschub und trägt damit zur späteren Entstehung ernährungsbedingter nichtübertragbarer Krankheiten bei. Konzepte, die strengere Kontrollen für die Lebensmittelwerbung für Kinder vorsehen, sind zur Bekämpfung der Adipositas im Kindesalter von zentraler Bedeutung.“

„Adipositas im Kindes- und Jugendalter wird zu den chronischen Erkrankungen gezählt. Der Krankheitswert ergibt sich zum einen aus den körperlichen, andererseits aus den psychischen Folgeerkrankungen, die sich bereits im Kindesalter manifestieren können. Körperliche Folgen sind z.B. Störungen des Stütz- und Halteapparats, Atemprobleme beim Schlafen, Hauterscheinungen, Bluthochdruck, Fettstoffwechselstörungen, Lebererkrankungen, Typ-2-Diabetes mellitus, Erhöhung der männlichen Geschlechtshormone bei Mädchen, erhöhte Harnsäure, Gallensteine, und ein gemeinsames Auftreten mehrerer dieser Erkrankungen im sogenannten „Metabolischen Syndrom“.

Es ist nachgewiesen worden, dass die ersten Lebensjahre eines Kindes für die spätere Entwicklung maßgeblich sind. Insofern ist es notwendig, Kindern von jung auf zu ermöglichen, sich an einen gesunden Lebensstil zu gewöhnen.

§36 Abs.1 und Abs. 3: Nährwertprofil und welche Formen der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation vor, nach und in Kindersendungen unangebracht sind

Um genau beurteilen zu können welche Lebensmittel und Getränke für audiovisuelle kommerzielle Kommunikation geeignet sind, ohne Verhaltensweisen zu fördern, die die Gesundheit oder Sicherheit gefährden (Art. 9 Abs 1 lit C ii der Richtlinie), ist es notwendig klare Kriterien zu definieren um eine umfassende Umsetzung der Richtlinie zu ermöglichen. Wir empfehlen das von der Weltgesundheitsorganisation WHO entwickelte Nährstoffprofil-Modell (2015) als Grundlage.

Zudem plädieren wir für eine einheitliche selbständige Behörde bzw. Einrichtung, um beurteilen zu können welche Formen der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation unangebracht sind, anstelle einer Selbstkontrolle.

§39 Zugang und Kennzeichnung zum Schutz Minderjähriger

1. §39 Abs. 1: „so, dass“ mit „dann, wenn“ ersetzen und Begriff „üblicherweise“ – „mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit“ ersetzen

In dem derzeitigen Entwurf wird „so, dass“ verwendet, was zu Interpretationsspielräumen führen kann, wie die Inhalte an den Rezipienten gelangen. Die Verwendung von „dann, wenn“ soll klarstellen, dass die Inhalte nur zu einer Zeit ausgestrahlt werden dürfen, in der Minderjährige mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit nicht mehr mit diesen Inhalten konfrontiert werden. Zudem wird in dem derzeitigen Entwurf der Begriff „üblicherweise“ verwendet. Mit der Wortwahl ist es noch ungenau in wie weit Mediendiensteanbieter sich bemühen müssen, um zu verhindern, dass die Inhalte in audiovisuellen Mediendiensten, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können, nicht wahrgenommen werden. Wir empfehlen deshalb der Begriff üblicherweise zu ändern und mit „sehr hoher Wahrscheinlichkeit“ zu ersetzen.

§ 39. (1) Inhalte in audiovisuellen Mediendiensten, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können, dürfen vom Mediendiensteanbieter nur so dann bereitgestellt werden, dass wenn sie von Minderjährigen üblicherweise mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit nicht wahrgenommen werden können.

2. Wenig sinnvoll ist das Kriterium nur in der Kindersendezeit an Kinder gerichteten Werbungen die schädlich sind (mehr dazu oben) zu begrenzen. In dem Fall wäre es zielführender alle an Kinder gerichteten Werbungen insgesamt und auch außerhalb der Kindersenderzeit grundsätzlich zu prüfen und zu beschränken.

„Wünschenswert wäre deshalb, dass die Richtlinien für alle Sendungen und nicht nur für Kindersendungen gelten, wenn es sich um an Kinder gerichtete Werbespots handelt“.

Publikation: Stefanie C. Landwehr, Monika Hartmann: Industry self-regulation of food advertisement to children: Compliance versus effectiveness of the EU Pledge, Food Policy, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2020.101833>

