



## MEDIENMITTEILUNG

---

Danone, Intersnack, Kraft Foods, Procter & Gamble und Zweifel Pomy-Chips als Neumitglieder

### **Swiss Pledge Selbstverpflichtung gewinnt weiter an Bedeutung**

*Bern, 30. August 2011* – Danone, Intersnack, Kraft Foods, Procter & Gamble und Zweifel Pomy-Chips treten neu der Swiss Pledge Initiative bei und verzichten freiwillig auf Werbung, die an Kinder unter 12 Jahren gerichtet ist. Die vor einem Jahr lancierte Selbstverpflichtung zu verantwortungsvollen Werbepraktiken bei Lebensmitteln erweitert dadurch ihren Wirkungskreis und zählt bereits elf führende Schweizer Lebensmittelproduzenten. Swiss Pledge lehnt sich inhaltlich an vergleichbare Programme in der EU sowie weltweit 17 Initiativen an (Stand August 2011) und steht weiteren Schweizer Herstellern offen.

Im Zuge ihrer fortwährenden Bemühungen um ein verantwortungsvolles Marketing von Lebensmitteln verzichten auch Danone, Intersnack, Kraft Foods, Procter & Gamble und Zweifel Pomy-Chips in der Schweiz freiwillig auf Produktwerbung für Nahrungsmittel an Kinder unter 12 Jahren. Davon ausgenommen sind Produkte, die spezifische Ernährungskriterien auf der Grundlage von wissenschaftlich anerkannten Ernährungsempfehlungen sowie nationalen und internationalen Ernährungsrichtlinien erfüllen.

#### **Verantwortungsvolle Werbung – Partner von actionsanté**

Ihr Engagement unterstreichen die Unternehmen zusätzlich mit ihrem Beitritt zur vor einem Jahr lancierten Selbstverpflichtung Swiss Pledge. Bereits zuvor hatten Coca-Cola, Kellogg, Mars, Nestlé, PepsiCo und Unilever ähnliche freiwillige Werberestriktionen eingeführt und durch den Swiss Pledge öffentlich bekräftigt. Die Mitgliedsunternehmen des Swiss Pledge bekennen sich zu verantwortungsvollen Werbepraktiken und wollen diese mithilfe der offenen Initiative branchenweit etablieren und zu einer gesunden und ausgewogenen Ernährung beitragen.

Nach eingehender Prüfung hat das Bundesamt für Gesundheit (BAG) auf Empfehlung der externen Expertengruppe im Januar 2011 die Unternehmen des Swiss Pledge zu Partnern von actionsanté gemacht. Das Aktionsversprechen von Swiss Pledge ist bislang europaweit das einzige, das von einer nationalen Behörde akzeptiert wurde.



## Ausgezeichnete Messergebnisse – Potenzial der Initiative

Eine unabhängige Kontrolle über die Erfüllung der freiwilligen Selbstverpflichtung durch das Marktforschungsinstitut Media Focus ergab für das Jahr 2010 einen Wert von 99,6 Prozent korrekt geschalteter TV-Werbung. Fernsehwerbung macht über drei Viertel der Gesamtausgaben für Werbung bei den im Jahr 2010 am Swiss Pledge beteiligten Firmen aus.

Derzeit beteiligen sich folgende Unternehmen aktiv am Programm: Coca-Cola, Danone, Intersnack, Kellogg, Kraft Foods, Mars, Nestlé, PepsiCo, Procter & Gamble, Unilever und Zweifel Pomy-Chips. Die freiwillige Initiative ist offen für weitere Marktteilnehmer, die sich zur Einhaltung der Mindestkriterien verpflichten.

---

### Über die Selbstverpflichtung

Angelehnt an den EU Pledge initiierten Schweizer Unternehmen im Jahr 2010 die freiwillige Initiative, keine Werbung an Kinder unter 12 Jahren zu richten. Das Bekenntnis umfasst folgende Mindestkriterien:

- Keine Produktwerbung an Kinder unter 12 Jahren. Mit Ausnahme von Produkten, die spezifische Ernährungskriterien erfüllen.
- «Werbung an Kinder unter 12 Jahren» bedeutet Werbung für ein Zielpublikum mit einem Mindestanteil von 50 Prozent an Kindern unter 12 Jahren.
- Keine produktspezifische Kommunikation an Primarschulen (Kinder unter 12 Jahren). Es sei denn, dies wird von der Schulverwaltung zu erzieherischen Zwecken ausdrücklich verlangt oder genehmigt.

Die Einhaltung dieser Selbstverpflichtung wird von unabhängigen Marktforschungsunternehmen auditiert.

Einzelheiten zu den Selbstverpflichtungen der Unternehmen sind auf [www.swiss-pledge.ch](http://www.swiss-pledge.ch) veröffentlicht.

### Kontakt:

Epli & Lehmann GmbH, Seefeldstrasse 4, 8008 Zürich, Telefon 044 350 71 04, Mail: [pia.lehmann@epli-lehmann.ch](mailto:pia.lehmann@epli-lehmann.ch), [www.swiss-pledge.ch](http://www.swiss-pledge.ch)