



## MEDIENMITTEILUNG

---

**Verzicht auf Werbung an Kinder unter 12 Jahren**

### **Verantwortungsvolle Werbepraxis: Nahrungsmittel- und Getränkehersteller weiten Initiative «Swiss Pledge» aus**

*Bern, 8. November 2011* – Die von führenden Lebensmittel- und Getränkekonzernen in der Schweiz lancierte Swiss Pledge Initiative zur Etablierung und Überwachung verantwortungsvoller Werbepraktiken bezieht neu neben Fernsehspots auch Schweizer Printmedien in das Monitoring ein. Damit gewinnt die Selbstverpflichtung der elf Unternehmen, freiwillig auf Produktwerbung an Kinder unter 12 Jahren zu verzichten, weiter an Bedeutung. Swiss Pledge lehnt sich inhaltlich an vergleichbare Programme in der EU sowie weltweit 17 Initiativen an (Stand November 2011) und steht weiteren Herstellern offen.

Ab dem 1. Januar 2012 werden Kindermagazine auf mögliche Werbeschaltungen überprüft. Das externe Monitoring umfasst neben der Analyse von TV-Spots neu auch Kinderzeitschriften. Damit erweitert Swiss Pledge das Monitoring und gewinnt weiter an Bedeutung. Elf Schweizer Hersteller von Lebensmitteln verzichten freiwillig auf Nahrungsmittelwerbung, die an Kinder unter 12 Jahren gerichtet ist, wenn die Produkte definierte Nährwertprofile nicht erfüllen. Diese wurden auf der Grundlage von anerkannten Ernährungsempfehlungen sowie nationalen und internationalen Ernährungsrichtlinien erstellt.

#### **Ausgezeichnete Messergebnisse im Jahr 2010**

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.



## Verantwortungsvolle Werbung – Partner von actionsanté

Die Mitgliedsunternehmen des Swiss Pledge bekennen sich zu verantwortungsvollen Werbepraktiken und wollen diese mit ihrer 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.

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)