



MEDIENMITTEILUNG

Swiss Pledge: Verzicht auf Werbung an Kinder unter 12 Jahren

Schweizer Nahrungsmittel- und Getränkehersteller weiten Selbstverpflichtung des Werbemarktes auf Markenwebsites aus

Bern, 24. Mai 2012 – Führende Schweizer Markenartikelproduzenten verzichten freiwillig auf Produktwerbung für Nahrungsmittel, die an Kinder unter 12 Jahren gerichtet ist. Die Einhaltung dieser Selbstverpflichtung wird von einem unabhängigen Marktforschungsinstitut überprüft und umfasst die Analyse von TV-Spots und seit Januar 2012 von Schweizer Printmedien. Neu werden nun auch die Markenwebsites überprüft. Das Bundesamt für Gesundheit (BAG) begrüsst die freiwillige Initiative der Industrie. Die als Swiss Pledge lancierte Selbstverpflichtung steht weiteren in der Schweiz tätigen Herstellern offen und lehnt sich inhaltlich an vergleichbare Programme in der EU sowie 17 weiteren Ländern (Stand Mai 2012) weltweit an.

Führende Schweizer Markenartikelproduzenten haben sich im Jahr 2010 freiwillig dazu verpflichtet, auf Produktwerbung für Nahrungsmittel, die an Kinder unter 12 Jahren gerichtet ist, zu verzichten. Die freiwillige Selbstverpflichtung wird von einem externen Unternehmen auditiert. Das Monitoring umfasst TV-Spots sowie seit Januar 2012 Schweizer Printmedien. Ab sofort werden neu zudem die Markenwebsites der Swiss Pledge Mitgliedsunternehmen ins Monitoring aufgenommen.

Die erweiterte Swiss Pledge Selbstverpflichtung umfasst:

- Keine Produktwerbung für Nahrungsmittel und Getränke, die an Kinder unter 12 Jahren gerichtet ist. Davon ausgenommen sind Produkte, die spezifische Ernährungskriterien auf der Grundlage von wissenschaftlich anerkannten Ernährungsempfehlungen sowie nationalen und internationalen Ernährungsrichtlinien erfüllen. «Werbung an Kinder unter 12 Jahren» bedeutet Werbung gegenüber einem Medienpublikum, das zu mindestens 35 Prozent aus Kindern unter 12 Jahren besteht.
- Im Online-Bereich gilt diese Verpflichtung für die Marketingkommunikation für Nahrungsmittel und Getränke auf den eigenen Markenwebsites der Swiss Pledge Mitgliedsunternehmen.
- Keine produktspezifische Kommunikation an Primarschulen (Kinder unter 12 Jahren). Es sei denn, dies wird von der Schulverwaltung zu erzieherischen Zwecken ausdrücklich verlangt oder genehmigt.

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



-2-

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.

Das Marktforschungsinstitut Media Focus überprüft, ob die freiwillige Swiss Pledge Selbstverpflichtung eingehalten wird. Für das Jahr 2011 ergab die unabhängige Untersuchung, dass die Unternehmen diese Verpflichtung mit einem Prozentsatz von 99,4 Prozent korrekt geschalteter TV-Werbung bereits weitestgehend erfüllen. Fernsehwerbung macht über 80 Prozent der Gesamtausgaben für Werbung bei den am Swiss Pledge beteiligten Firmen aus.

Über die Selbstverpflichtung Swiss Pledge

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 35 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. Das externe Monitoring umfasst die Analyse von Fernsehwerbung, Kinderzeitschriften und Markenwebsites.

Einzelheiten zu den Selbstverpflichtungen der Unternehmen sind auf www.swiss-pledge.ch veröffentlicht.

Kontakt:

Pia Lehmann, Telefon 044 350 71 04, Mail: pia.lehmann@epli-lehmann.ch, www.swiss-pledge.ch