

Erweitertes Swiss Pledge Werbeversprechen per 2017

Swiss Pledge ist ein freiwilliges Versprechen von führenden Nahrungsmittel- und Getränkeproduzenten sowie von Gastronomie- und Detailhandelsunternehmen in der Schweiz für ein verantwortungsvolles an Kinder unter 12 Jahren gerichtetes Werbeverhalten.

Die Swiss Pledge Unternehmen verpflichten sich zu folgenden Mindestkriterien:

- Eingeschränkte Produktwerbung an Kinder unter 12 Jahren. Nur Produkte, die definierte Nährwertkriterien erfüllen, dürfen beworben werden.
- 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 Swiss Pledge Werbeversprechen umfasst seit 2010 TV-Spots, seit 2012 Kindermagazine und Markenwebsites der Unternehmen.

Ab 2017 gilt das Versprechen zusätzlich für:

- Radio
- Kino und DVD/CD-ROM
- Interaktive Spiele und Apps
- Direct Marketing (Werbung in Form von Mails, Telefonmarketing, SMS und Mobile Marketing)
- Product Placement (Produktwerbung in Film- und Fernsehproduktionen)
- Outdoor Marketing (Werbung im öffentlichen Raum, zB. mobile Aussenwerbung wie Bus, Zug, LKW sowie Werbung an Gebäuden und Plakate in einem Kinderumfeld).

Von diesem Werbeversprechen ausgeschlossen sind: Produktverpackung, Handelsmarketing (Display- und Schaufensterwerbung), POS/POP-Aktivierungen sowie Werbeformen, die nicht vom Unternehmen direkt kontrolliert und oder gesteuert werden können; sie fallen nicht unter das Swiss Pledge Werbeversprechen.

Werbung an Kinder unter 12 Jahren

«Werbung an Kinder unter 12 Jahren» bedeutet Werbung für ein Zielpublikum mit einem Mindestanteil von 35 Prozent an Kindern unter 12 Jahren, beispielsweise beim TV-Publikum.

Wo verlässliche Mediennutzungsdaten für Kinder unter 12 Jahren nicht verfügbar sind, wie etwa bei: Radio, Kino, DVD/CD-ROM, Direct Marketing, Product Placement, Interactive Games, Outdoor Marketing, Mobile und SMS Marketing, wird der Gesamteindruck der Werbung nach bestimmten Kriterien berücksichtigt wie: Tonalität und Bildsprache, inhaltliche und kreative Umsetzung sowie Alterslimiten, als Zugangsbeschränkung für Kinder unter 12 Jahren.

Externes Monitoring

Das unabhängige Marktforschungsunternehmen Media Focus überprüft im Auftrag von Swiss Pledge, ob die Selbstverpflichtung der Unternehmen eingehalten wird. Das externe Monitoring umfasst die Evaluation und Analyse von an Kinder gerichteter Werbung in folgenden Werbekanälen:

- TV-Spots
- Kindermagazine
- Markenwebseiten der Mitgliedsunternehmen.

Die Resultate werden auf swiss-pledge.ch veröffentlicht.