Werbeverbote sind der falsche Weg

Das Ende 2020 novellierte KommAustria-Gesetz über audiovisuelle Mediendienste (EU-AVMD-Richtlinie) bringt Änderungen mit sich. Der österreichische Werberat überarbeitete daher seinen Ethik-Kodex. Dieser umfasst Richtlinien, die unangebrachte audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für bestimmte Lebensmittel rund um Kindersendungen betreffen. Sie gelten für Anbieter von Videoabrufdiensten und Video-Sharing-Plattformen (z. B. YouTube) und wurden auf weitere audiovisuelle Kanäle, etwa Videoclips und nutzergenerierte Inhalte, ausgedehnt.

Der Ethik-Kodex wurde angepasst. Die Ergänzung umfasst eine Verhaltensrichtlinie über unangebrachte audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für bestimmte Lebensmittel rund um Kindersendungen sowie die Erweiterung auf digitale Kanäle. Hinzu kamen weitere Verschärfungen und Präzisierungen für die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für alkoholische Getränke im Umfeld von Jugendlichen und für die Bereiche „Gesundheit“ und „Alkohol“ generell. Darüber hinaus enthält der Anhang zum Ethik-Kodex für „Alkohol“ konkrete Selbstbeschränkungen der Brau- und Spirituosen-Wirtschaft. Erarbeitet wurde der neue Ethik-Kodex gemeinsam mit den Trägervereinsmitgliedern, unter Hinzuziehung der Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit. Die Änderungen sind eine wichtige Entwicklung für den Schutz von Kindern und Jugendlichen, die von allen Werbeverantwortlichen mitgetragen werden. Die in der letzten Zeit lauter werdenden Rufe nach Werbeverboten stellen definitiv den falschen Weg dar. Denn die Verantwortung für ungesunde
Lebensweisen kann nicht nur vorwiegend der werbetreibenden Industrie zugeschrieben werden. Die Lebenswelten von Kindern prägen doch auch die Vorbildfunktion von Eltern sowie der Bildungsauftrag der Lehrer für den richtigen Umgang mit Medien.

Weitere Informationen:

Mehr Informationen: www.werberat.at