

## PRESSEMELDUNG

### Geplante Werbeverbote für Lebensmittel wie Fischstäbchen, Smoothies und Bio-Butter „durch die Hintertüre“ sind völlig überzogen

Utl.: Lebensmittelindustrie übernimmt seit Jahren Verantwortung durch Selbstbeschränkung rund um Kindersendungen - scharfe Kritik an geplantem Alleingang in der EU

Die Nationale Ernährungskommission (NEK) beabsichtigt, am heutigen 31. Mai ein umstrittenes Nährwertprofil für Lebensmittel zu beschließen. Damit werden breitflächige Werbeverbote für eine Vielzahl an heimischen Lebensmitteln „durch die Hintertüre“ nur für Österreich vorgesehen.

Konkret sieht der vorliegende Vorschlag für Nährwertprofile vor, dass Werbung für Heumilch-Milch und Bio-Butter, Süßes, Käse wie Emmentaler oder Fleischprodukte, Fischstäbchen, Fruchtsäfte und Smoothies, Knabbereien, Müsliriegel, Konfitüren und vieles mehr verboten wird. Auch österreichische Spezialitäten, die im In- und Ausland beliebt sind, wie das Steirische Kürbiskernöl oder traditionelles Gebäck wie Bio-Handsemmeln, Kipferln, österreichische Back- und Mehlspeisen, wären betroffen. Werbung wäre nur noch für wenige Lebensmittel, etwa Haferdrinks, Wasser und ähnliche Produkte, erlaubt.

#### Muss man Kinder vor Werbung für Käpt'n Iglo schützen? Echt jetzt?

„Muss man Kinder vor Werbung für Käpt'n Iglo oder Bio-Heumilch-Käse schützen? Echt jetzt? Dieses Vorhaben kommt nicht nur zur Unzeit, mitten im vorsichtigen Aufschwung nach der schwersten Wirtschaftskrise seit 1945. Die geplanten Werbeverbote sind auch vollkommen überzogen, wissenschaftlich nicht fundiert und handwerklich mangelhaft. Ganz davon abgesehen, dass sie nicht im Regierungsprogramm stehen und auch nicht vom jüngst novellierten Medienrecht gedeckt sind“, kritisiert Katharina Koßdorff, Geschäftsführerin des Fachverbands Lebensmittelindustrie der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ).

#### Österreichs Lebensmittelindustrie steht seit Jahren für verantwortungsvolle Werbung

Die heimischen Lebensmittelhersteller stehen uneingeschränkt und seit Jahren für eine verantwortungsvolle Bewerbung ihrer Produkte gegenüber Erwachsenen und besonders gegenüber Kindern und Jugendlichen. Die Branche hat sich zusätzlich zu den gesetzlichen Vorgaben bereits vor über 10 Jahren durch einen [Verhaltenskodex unangebrachter audiovisueller kommerzieller Kommunikation für Kindersendungen](#) selbst beschränkt. Diese freiwilligen Werbebeschränkungen rund um Kindersendungen wurden im Jänner 2021 anlässlich der novellierten audiovisuellen Mediendienste-Richtlinie der EU auf digitale Kanäle (Social Media) erweitert und im [Ethik-Kodex der Werbewirtschaft](#) des Österreichischen Werberats ÖWR verankert. Die Umsetzung dazu läuft. Dass diese Selbstbeschränkungen erfolgreich sind, zeigt die Beschwerdebilanz beim ÖWR: Demnach bewegt sich die Zahl der Beschwerden über Lebensmittelwerbung rund um Kindersendungen seit Jahren im niedrigen einstelligen Bereich. Darüber hinaus hilft die heimische Lebensmittelindustrie sehr praktisch und konkret mit, um gesellschaftlichen Entwicklungen im Bereich Übergewicht gegenzusteuern - etwa durch die kontinuierliche Reformulierung von Rezepturen für weniger Kalorien.

#### Fakten und wissenschaftliche Daten fehlen

Vor diesem Hintergrund sorgt die geplante Beschlussfassung für Nährwertprofile in der NEK für große Irritation, zumal wissenschaftliche Daten fehlen. Dieser Umstand wurde in den vergangenen Monaten von vielen Seiten mehrfach kritisiert. Bislang hat die NEK darauf nicht reagiert. „Es fehlt an einer fundierten fachlichen Auseinandersetzung auf Basis von Daten und Fakten. Das ist für ein Beratungsgremium des Gesundheitsministers, dessen Kernaufgabe das ‚wissenschaftsbasierte Arbeiten‘ ist, ein Widerspruch in sich“, zeigt sich Koßdorff verwundert. Dabei hatte der frühere Gesundheitsminister Anschöber die NEK noch Anfang März dieses Jahres aufgefordert, bis Juni 2021 die nötige wissenschaftliche Evidenz und einen

Bericht zum Vorhaben vorzulegen. Erst dann hätten auf Basis dieses Berichts weitere Entscheidungen getroffen werden sollen. „Stattdessen wurde jetzt überraschend von diesem Fahrplan abgegangen und eine Beschlussfassung ohne weitere Beratung im Gremium und ohne Vorlage der Evidenz angesetzt und die vorgesehene Evaluierung gestrichen“, kritisiert Koßdorff.

### Kein Alleingang Österreichs innerhalb der EU

Last not least weist die Geschäftsführerin des Fachverbands der Lebensmittelindustrie darauf hin, dass die EU-Kommission ohnehin bereits 2022 ein EU-weit einheitliches Nährwertprofil zur Einschränkung der Bewerbung von Lebensmitteln mit hohem Salz-, Zucker- und/oder Fettgehalt vorlegen wird. „Die Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit ist bereits mit einem Gutachten beauftragt, das richtungsweisende Antworten liefern wird. Warum also ein österreichischer Alleingang, der in der Sache völlig überzogenen und inhaltlich nicht fundiert ist. Wir appellieren dringend, das zu überdenken und im europäischen Gleichklang zu agieren“, fordert Koßdorff.

### Stellenwert der Lebensmittelindustrie in Österreich

Die Lebensmittelindustrie ist eine der größten Branchen Österreichs. Sie sichert im Interesse der Konsumentinnen und Konsumenten täglich die Versorgung mit sicheren, qualitativen und leistbaren Lebensmitteln. Die rund 200 Unternehmen mit ihren 27.000 direkt Beschäftigten erwirtschaften jährlich ein Produktionsvolumen von deutlich über 9 Mrd. Euro. Rund 7,9 Mrd. Euro davon werden in Form von Erzeugnissen der Lebensmittelindustrie in über 180 Länder exportiert. Der Fachverband unterstützt seine Mitglieder durch Information, Beratung und internationale Vernetzung.

#### Rückfragehinweise:

Mag. Katharina Koßdorff  
Geschäftsführerin im Fachverband der Lebensmittelindustrie  
Tel.: +43 1 712 21 21 - 14  
[k.kossdorff@dielebensmittel.at](mailto:k.kossdorff@dielebensmittel.at)

DI Oskar Wawschinek MAS MBA  
Food Business Consult  
Pressesprecher für den Fachverband der Lebensmittelindustrie  
Mobil: +43 664 545 63 50  
[office@foodbusiness.at](mailto:office@foodbusiness.at)