

BVDW, BDZV, MVFP und VAUNET: Sofortiger Stopp des Kinder-Lebensmittel-Werbegesetzes

Berlin, 16. Oktober 2023

Das seit Monaten von Ernährungsminister Özdemir vorangetriebene Kinder-Lebensmittel-Werbegesetz wäre wirkungslos im Einsatz gegen kindliches Übergewicht und würde damit einseitig der Wirtschaft schaden.

Mehrere vom wissenschaftlichen Dienst des Bundestags vorgelegte Ausarbeitungen bestätigen, laut Presseberichten, die teils länderseitig sowie von der Medien- und Lebensmittelwirtschaft geäußerte Kritik am geplanten Kinder-Lebensmittel-Werbegesetz des BMEL. Es sei kein kausaler Zusammenhang von Werbeverböten zur Reduzierung der Übergewichtigkeit von Kindern und Jugendlichen zu ermitteln. Das Werbeverbot für angeblich „ungesunde Lebensmittel“ sei zudem in Bezug auf die Länderzuständigkeit für die Rundfunkregulierung zu hinterfragen.

Der Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV), der Medienverband der freien Presse (MVFP), der Verband Privater Medien (VAUNET) und der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) fordern daher den Ernährungsminister auf, sich endlich dem Problem der Übergewichtigkeit bei Kindern und Jugendlichen mit wissenschaftlich fundierten Maßnahmen zu stellen und plädieren für einen sofortigen Stopp des umstrittenen Gesetzesentwurfes.

Daniela Beaujean, Geschäftsführerin VAUNET, betont die Auswirkungen des Gesetzes in der vorgesehenen Fassung auf die Medienbranche: „Saures statt Süßes: Das von Ernährungsminister Özdemir angestrebte Werbeverbot ist unverhältnismäßig. Es betrifft keineswegs nur stark zucker-, fett- und salzhaltige Produkte, sondern auch zahlreiche alltägliche Nahrungsmittel. Zudem geht es – anders als im Koalitionsvertrag vorgesehen – weit über die Beschränkung von an Kinder gerichtete Werbung hinaus. Die Finanzierung zahlreicher Inhalte und die Medienvielfalt wären gefährdet, mit negativen Konsequenzen für andere Bereiche der Kreativwirtschaft und die Gesellschaft. Dabei gibt es gerade für die Lebensmittelwerbung bereits umfassende gesetzliche und selbstregulatorische Grenzen. Die Gesetzgebungskompetenz für Rundfunk liegt zudem bei den Ländern und nicht beim Bund, wie die Ausarbeitungen des wissenschaftlichen Dienstes des Bundestages nochmals unterstreichen.“

Stephan Scherzer, Bundesgeschäftsführer MVFP, warnt vor den weitreichenden Folgen des Gesetzes: „Die Folgen dieses Gesetzesentwurfes betreffen nicht nur große Medienkonzerne, sondern vor allem viele kleine und mittlere Unternehmen unserer vielfältigen Pressebranche. Der Gesetzesentwurf würde nicht nur die Lebensmittel-, sondern auch die Medien- und Werbewirtschaft in Deutschland schwerwiegend beeinträchtigen. Mit geschätzten Umsatzeinbußen von rund 3 Milliarden Euro im gesamten deutschen Werbemarkt wären zahlreiche Arbeitsplätze und wichtige Investitionen in die digitale Transformation gefährdet. Das dürfen wir nicht zulassen.“

Sigrun Albert, Hauptgeschäftsführerin BDZV, betont die Gefahren für den Journalismus: „Medien sind ein Motor für gesellschaftliche Veränderungen und Aufklärung der Menschen in allen Lebensbereichen, z. B. auch bei gesunder Ernährung. Werbung ist eine wichtige Säule der Finanzierung unabhängiger Redaktionen. Ein Werbeverbot führt daher immer direkt zu Einschränkungen der journalistischen Vielfalt und behindert so die vielfältige unabhängige Meinungsbildung immens.“

Carsten Rasner, geschäftsführender Vorstand des BVDW, sagt: „Der vorliegende Gesetzgebungsvorschlag geht weit über den Koalitionsvertrag hinaus. Er würde auch die deutsche Digitale Wirtschaft mit zusätzlichen Restriktionen erheblich benachteiligen. Nicht nur Publisher, sondern die gesamte Wertschöpfungskette wären davon betroffen. Wir hoffen, dass der Entwurf in seiner jetzigen Form endgültig vom Tisch ist.“

Zusammenfassend fordern BVDW, BDZV, MVFP und VAUNET einen sofortigen Stopp des Gesetzesvorhabens von Ernährungsminister Cem Özdemir aus den folgenden Gründen:

1. Der Gesetzesentwurf trägt in keiner Weise dazu bei, Übergewicht bei Kindern zu reduzieren.
2. Der Entwurf gefährdet die Finanzierung der Medien-, Lebensmittel- und Werbewirtschaft in Deutschland.
3. Der Entwurf greift in die Kompetenzen der Bundesländer ein.

Für Rückfragen:

Pressesprecher Hartmut Schultz, Hartmut Schultz Kommunikation GmbH
T | +49 30 3 98 80-101, E | hs@schultz-kommunikation.com

Über VAUNET

VAUNET ist der Spitzenverband der privaten audiovisuellen Medien in Deutschland. Zu den vielfältigen Geschäftsfeldern der rund 160 Mitglieder gehören TV-, Radio-, Web- und Streamingangebote.

Die Verbandsarbeit richtet sich an der konvergenten Entwicklung der Märkte für audiovisuelle Medien aus und gestaltet auf nationaler wie europäischer Ebene die Rahmenbedingungen aktiv mit. Der Wirtschaftsverband hat zum Ziel, Akzeptanz für die politischen und wirtschaftlichen Anliegen der audiovisuellen Medien zu schaffen sowie die große gesellschaftspolitische und kulturelle Bedeutung der Branche im digitalen Zeitalter ins Bewusstsein zu rücken.

PRESSEMITTEILUNG



Bundesverband
Digitalpublisher und
Zeitungsverleger

MVFP
Medienverband
der freien Presse

VAUNET
Verband Privater Medien



VAUNET – Verband Privater Medien e.V.

Stromstraße 1, 10555 Berlin
Rue des Deux Eglises 26, B-1000 Bruxelles – Büro Brüssel

T | +49 30 3 98 80-0, F | +49 30 3 98 80-148
E | info@vau.net

www.vau.net