

Der Deutsche Bundestag hat die Petition am 22.05.2014 abschließend beraten und beschlossen:

Das Petitionsverfahren abzuschließen, weil dem Anliegen nicht entsprochen werden konnte.

Begründung

Die Petentin möchte ein Verbot von Werbung in allen Medien für Süßigkeiten, gesüßte Lebensmittel und gesüßte Getränke erreichen. Dieses Verbot soll sowohl für zuckerhaltige Lebensmittel als auch für solche, die mit Süßstoffen gesüßt wurden, gelten.

Sie weist darauf hin, dass durch die Werbung wahrheitswidrig vermittelt werde, dass die beworbenen Waren gesund seien. Übergewichtige Kinder und Jugendliche müssten ihr ganzes Leben lang gegen die schon früh gebildeten Fettzellen ankämpfen. Da ein Verbot der Tabakwerbung möglich war, müsse auch ein derartiges Verbot möglich sein, so dass erreicht werden könne, die „süßen Verführungen“ aus dem Stadtbild und aus der Fernsehwerbung zu entfernen.

Es handelt sich um eine öffentliche Petition, die auf den Internetseiten des Deutschen Bundestages veröffentlicht und diskutiert wurde. 334 Mitzeichnende haben das Anliegen unterstützt. Der Petitionsausschuss hat im Rahmen seiner parlamentarischen Prüfung der Bundesregierung Gelegenheit gegeben, ihre Haltung zu dem Anliegen darzulegen. Die parlamentarische Prüfung hatte das im Folgenden dargestellte Ergebnis:

Die Medien dienen der freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung und prägen Einstellungen und Verhaltensweisen der Menschen. Sie erfüllen in der Gesellschaft damit besondere Funktionen und Aufgaben. Staatliche Stellen können auf den Inhalt von Medienangeboten vor deren Veröffentlichung wegen des verfassungsrechtlichen Zensurverbotes grundsätzlich keinen Einfluss nehmen. Die Inhalte von Medienangeboten finden jedoch ihre Schranken in den Vorschriften der allgemeinen Gesetze. Die Werbung betreffend gibt es auf nationaler und

europäischer Ebene detaillierte gesetzliche Regelungen, die auch für zuckerhaltige Getränke und Lebensmittel gelten.

Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) verbietet beispielsweise Wettbewerbshandlungen, mit denen die Entscheidungsfreiheit der Umworbene durch Ausübung von Druck oder sonstigen unangemessenen, unsachlichen Einfluss beeinträchtigt wird (§ 4 Nr. 1 UWG). Auch Kinder und Jugendliche werden besonders geschützt. Gemäß § 4 Nr. 2 UWG dürfen die geschäftliche Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit dieser Bevölkerungsgruppe nicht ausgenutzt werden.

Die elektronischen Medien, d.h. das Fernsehen, Radio, Filme sowie besondere Online-Dienste, besitzen eine besondere Breitenwirkung und Suggestivkraft. Für die Werbung in Rundfunk und Fernsehen enthält die Richtlinie über Audiovisuelle Mediendienste (AVMD-RL) auf europäischer Ebene folgende Beschränkungen:

Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, d.h. Werbung im klassischen Fernsehen und bei audiovisuellen Abrufdiensten wie z.B. „Video-on-Demand“, darf nicht Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder Sicherheit gefährden (Art. 9 Abs. 1 c Nr. 3 AVMD-RL). Die so genannte audiovisuelle Kommunikation darf nicht zur körperlichen oder seelischen Beeinträchtigung Minderjähriger führen. Sie darf keine direkten Aufrufe zum Kaufen oder Mieten von Waren oder Dienstleistungen an Minderjährige richten, die deren Unerfahrenheit oder Leichtgläubigkeit ausnutzen, Minderjährige nicht unmittelbar dazu auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen und nicht das besondere Vertrauen ausnutzen, das Minderjährige zu Eltern, Lehrern und anderen Vertrauenspersonen haben (Art. 9 Abs. 1 g AVMD-RL).

§ 11 des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuches (LFGB) hat den Schutz vor Täuschung und irreführender Werbung zum Inhalt. Die Lebensmittelkennzeichnungsverordnung (LMKV) regelt u.a., dass abgepackte Lebensmittel ein Zutatenverzeichnis aufweisen müssen. Hiernach ist jeder Stoff, der bei der Herstellung oder Zubereitung eines Lebensmittels verwendet wird, anzugeben.

Der Petitionsausschuss vertritt die Auffassung, dass ein generelles Werbeverbot für zuckerhaltige Getränke und Lebensmittel unverhältnismäßig wäre. Er weist darauf hin, dass eine gesunde Ernährung und die Förderung eines gesundheitsförderlichen Lebensstils mit ausgewogener Ernährung und ausreichender Bewegung sehr wichtig sind. Die Bundesregierung hat im Jahr 2008 den Nationalen Aktionsplan „IN FORM – Deutschlands Initiative für gesunde Ernährung und mehr Bewegung“ beschlossen.

Dieser trägt mit vielfältigen Informations-, Bildungs- und Motivationsangaben dazu bei, Krankheiten vorzubeugen, die durch einen ungesunden Lebensstil entstehen können. Dieses Konzept ist bei der erforderlichen Änderung des Ernährungsverhaltens am erfolgversprechendsten.

Der Petitionsausschuss stellt fest, dass er das geforderte generelle Werbeverbot für unverhältnismäßig hält und empfiehlt, das Petitionsverfahren abzuschließen, da dem Anliegen nicht entsprochen werden konnte.