

Regeln für Lebensmittelwerbung

Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) bzw. der deutsche Werberat haben Werberegeln für Lebensmittelwerbung aufgestellt die zum 01.07.2009 in Kraft treten sollen.

Der deutsche Werberat ist eine Art freiwillige Selbstkontrolle der deutschen Werbewirtschaft in Form einer Art Schiedsstelle. Jedermann kann Werbemaßnahmen von Unternehmen beim deutschen Werberat beanstanden. Dieser gibt dann seine Einschätzung ab und spricht entsprechende Empfehlungen aus.

Der deutsche Werberat entwickelt darüber hinaus Grundsätze, wie für bestimmte Waren und Produkte geworben werden darf, bzw. was dabei zu beachten ist. Diese spiegeln oftmals die gesetzlichen Wertungen wider, gehen mitunter aber auch darüber hinaus.

Nun hat sich der deutsche Werberat mit der Lebensmittelwerbung, insbesondere gegenüber Kindern beschäftigt und hierzu in Zusammenarbeit mit den entsprechenden Branchen eine Selbstverpflichtung in Form von [Werberegeln](#) erarbeitet. Diese Regeln sollen ab 01.07.2009 gelten und beinhalten unter anderem Ziele wie aktiver Lebensstil und gesunde Ernährung sowie Beschränkungen in der Ansprache von Kindern bei der Lebensmittelwerbung. Einige der hierzu getroffenen Regeln, orientieren sich an bereits bestehenden Vorschriften des UWG, so z.B. die Ausnutzung der Unerfahrenheit von Kindern oder Beschränkungen bei Gewinnspielen.