

# DEUTSCHER WERBERAT

DEUTSCHER WERBERAT | AM WEIDENDAMM 1A | 10117 BERLIN

foodwatch e.v.  
Herrn Matthias Wolfschmidt  
Herrn Oliver Huizinga  
Brunnenstr. 181  
10119 Berlin

E-Mail: matthias.wolfschmidt@foodwatch.de  
E-Mail: oliver.huizinga@foodwatch.de

AKT.-Z.

A\_2016-364-JV/PGr

DATUM

2. August 2016

BETRIFFT

**Coca-Cola-Werbung zur Fußball-EM mit Spielern der Nationalmannschaft  
(Print/Plakat/Online) – Entscheidung über Ihren Einspruch**

Sehr geehrter Herr Wolfschmidt,  
sehr geehrter Herr Huizinga,

wir nehmen Bezug auf den bisherigen Schriftwechsel, zuletzt Ihren Einspruch vom 15. Juli 2016 gegen die Werberats-Entscheidung vom 11. Juli 2016.

Unter Berücksichtigung der von Ihnen in Ihrem Einspruchsschreiben vorgebrachten Punkte hat sich das Entscheidungsgremium des Deutschen Werberats nochmals intensiv mit der Coca-Cola-Werbung zur Fußball-EM befasst. Im Ergebnis ist der Werberat weiterhin der Auffassung, dass die Werbung nicht gegen die Verhaltensregeln des Deutschen Werberats über die kommerzielle Kommunikation für Lebensmittel verstößt und folglich nicht zu beanstanden ist.

Es ist ein häufiges Missverständnis, mehr oder weniger selbstverständlich davon auszugehen, dass Werbung, die Kinder wahrnehmen können (weil sie zum Beispiel im öffentlichen Raum zu sehen ist), quasi automatisch an Kinder gerichtet ist. In Übereinstimmung mit der gesetzgeberischen Wertung und der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs (v.a. die Goldbärenbarren-Entscheidung aus 2013) beurteilt der Werberat Werbemaßnahmen, die sich nicht gezielt an Kinder richten, sondern an die Allgemeinheit, nicht anhand des strengen Prüfungsmaßstabs der speziell für die Zielgruppe Kinder geltenden Regeln. Diese Vorgehensweise entspricht im Übrigen auch den weltweit geltenden Standards für verantwortungsvolle Werbung der Internationalen Handelskammer ICC (vgl. Insbesondere Artikel 18 des [ICC-Kodex](#) zur Praxis der Werbe- und Marketingkommunikation).

Wir hatten in unserem Schreiben vom 11. Juli 2016 bereits ausgeführt, dass die Coca-Cola-Werbung zur Fußball-EM zwar auch von Kindern wahrgenommen wird, jedoch vorrangig ein erwachsenes Publikum anspricht, was schon dadurch zum Ausdruck kommt, dass die Werbung keine gesonderten kinderspezifischen Inhalte aufweist und auch auf die Abbildung von Kindern oder die Verwendung kindertypischer Sprache verzichtet. Insoweit können wir zur Vermeidung von Wiederholungen auf unsere Ausführungen in dem genannten Schreiben verweisen.

Mit freundlichen Grüßen  
Deutscher Werberat



DEUTSCHER WERBERAT | AM WEIDENDAMM 1A | 10117 BERLIN  
TEL.: +49 30 590099-700 | FAX: +49 30 590099-722 | E-MAIL: WERBERAT@WERBERAT.DE |  
WWW.WERBERAT.DE