

[Zurück zur Übersicht](#)

[Drucken](#)

Milchwerbung - Broschüre

16.07.2024

ent scheidung

Die eingebrachte Beschwerde fällt nicht in den Kompetenzbereich des Österreichischen Werberates. Der Österreichische Werberat zeichnet für die inhaltliche Beurteilung von Wirtschaftswerbung, anhand des Ethik Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft, zuständig.

Der/die BeschwerdeführerIn wurde darüber informiert, welche Institution sich der Angelegenheit annimmt.

Der Beschwerdefall ist hiermit abgeschlossen.

be schwerde

Verschiedene Milchanbieter werben mit Bildern, welche eine Situation vortäuschen, welche es in der Realität so nicht gibt. Dazu gibt es Versprechungen, welche weder überprüft noch überhaupt nur umgesetzt werden können. Beispiele: Salzburg Milch etwa zeigt in allen Broschüren, Prospekten und in der Fernseh- bzw. Soziale Medienwerbung fast zu 100 % Kühe auf Almen, zumindest solche auf weitläufigen Weiden.

Tatsächlich aber lebt ein Großteil der Tiere in der "Kombihaltung", also Kette gepaart mit (vermeintlichem) "Freigang". Versprochen wird dabei, sämtliche SM-Kühen wird ein solcher Freigang an mindestens 120 Tagen gewährt, entweder auf "Weiden oder im Auslauf". Obwohl das Verhältnis nun aber zwischen beiden propagierten Möglichkeiten ganz sicher im überwältigendem Ausmaß zugunsten des bloßen "Auslaufes" - ein paar qm Betonboden an den Stall angeschlossen - ausfällt, sieht man in der Werbung dennoch bloß Kühe auf Almen. Auch bei anderen Anbietern stellt sich die Konstellation gleich oder sehr ähnlich dar. Ob nun bei der Bergland Milch, bei der Gmundner Milch, bei Schärdinger oder NÖM.

diesen Versprechungen weiterhin in 365 Tage-Anbindehaltung gefangen. Nachbarn belegen "hier ist nie eine Kuh draußen". Angesprochen auf solche Fakten, antworten die Milchanbieter gerne ausweichend oder zeigen sogar nicht nachvollziehbare Gegen"beweise" (bei Bedarf können wir solche Anschuldigungen natürlich belegen; auch auf der Homepage www.respektiere.at finden sich dutzende Beispiele hierzu). Die AMA beispielsweise verspricht im Tierhalte-Plus-Programm ebenfalls 120 Tage Freigang. Suggestiert werden den KundInnen also rund 33 % der Zeit des Jahres. Es heißt aber nicht, genau wie bei Salzburg Milch und allen anderen Milchanbietern, "120 Tage", sondern bei genauerem Hinsehen "an 120 Tagen". Ein kleines Wort macht einen riesigen Unterschied. Die AMA spricht von "mindestens 2 Stunden". 2 Stunden "an 120 Tagen" sind aber nur 240 Stunden, also 10 Tage im Jahr. So werden aus 120 Tagen nur mehr 10 - und 355 an der Kette! Die Dauer ist völlig unüberprüfbar, genau wie die Gewissheit, dass, wenn Kühe "freikommen", dass dann alle gemeint sind. Wer belegt, dass sämtliche Kühe in den Genuss des Freiganges kommen, auch solche, die vielleicht störrischer sind oder sich aus nachvollziehbaren Gründen schwieriger wieder anhängen lassen würden? Fazit: Solange die Anbieter die eigenen Vorgaben nicht lückenlos (für die KundInnen nachvollziehbar) überprüfen können und in der Realität nicht haltbare Bilder und "Fakten" präsentieren, sollte die Werbung für die Tierwohlprogramme in dieser Form nicht gezeigt werden dürfen. Es geht hier schließlich nicht um Waren, sondern um hoch empfindsame und leidensfähige Mitgeschöpfe.

DSGVO IMPRESSUM



E-Mail: office@werberat.at

Beschwerde-E-Mail: beschwerde@werberat.at

www.werberat.at