EUROPEAN COMMISSION
Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs
Single Market Enforcement
Notification of Regulatory Barriers

Notifizierungsnummer : 2024/9015/NO (Norway)

Änderung des Lebensmittelgesetzes und Entwurf einer neuen Verordnung über das Verbot des Vermarktens bestimmter Lebensmittel und Getränke, die sich an Kinder richten

Eingangsdatum : 02/10/2024
Ende der Stillhaltefrist : 03/01/2025 (closed)

Message

Mitteilung 901

Mitteilung der Kommission - TRIS/(2024) 2683

Informationsverfahren EG - EFTA

Notifizierung: 2024/9015/NO

Notification – Notification – Notifzierung – Нотификация – Oznámení – Notifikation – Γνωστοποίηση – Notificación – Teavitamine – Ilmoitus – Obavijest – Bejelentés – Notifica – Pranešimas – Paziņojums – Notifika – Kennisgeving – Zawiadomienie – Notificação – Notificare – Oznámenie – Obvestilo – Anmälan – Fógra a thabhairt

Does not open the delays - N'ouvre pas de délai - Kein Fristbeginn - Не се предвижда период на прекъсване - Nezahajuje prodlení - Fristerne indledes ikke - Καμμία έναρξη προθεσμίας - No abre el plazo - Viivituste perioodi ei avata - Määräaika ei ala tästä - Ne otvara razdoblje kašnjenja - Nem nyitja meg a késéseket - Non fa decorrere la mora - Atidėjimai nepradedami - Atlikšanas laikposms nesākas - Ma jiftaħx il-perijodi ta’ dewmien - Geen termijnbegin - Nie otwiera opóźnień - Não inicia o prazo - Nu deschide perioadele de stagnare - Nezačína oneskorenia - Ne uvaja zamud - Inleder ingen frist - Ní osclaíonn sé na moilleanna

MSG: 20242683.DE

1. MSG 901 IND 2024 9015 NO DE 02-10-2024 NO NOTIF

2. Norway

3A. Royal Ministry of Trade, Industry and Fisheries
Departement of Trade Policy
P.O. Box 8090, Dep
NO-0032 Oslo
Norway

Email: tbt.notifications@nfd.dep.no

3B. Royal Ministry of Health and Care Services
Department fo Public Health
P.O. Box 8011 Dep
NO-0030 Oslo
Norway

4. 2024/9015/NO - X40M - Kennzeichnung und Werbung

5. Änderung des Lebensmittelgesetzes und Entwurf einer neuen Verordnung über das Verbot des Vermarktens bestimmter Lebensmittel und Getränke, die sich an Kinder richten

6. Verkauf und Werbung für bestimmte Lebensmittel und Getränke

7.

8. Folgende Maßnahmen werden vorgeschlagen:

1) Änderung des Lebensmittelgesetzes § 26a zur Verhängung von Vertragsverletzungsgeldern bei Verstößen gegen die Vermarktungsvorschriften.

2) Neue Vermarktungsvorschriften, die das Vermarkten bestimmter Lebensmittel und Getränke an Kinder unter 18 Jahren untersagen.

a) In Anhang I des Entwurfs der Vermarktungsverordnung ist eine Liste der Lebensmittelkategorien enthalten, die unter die Verordnung fallen:
- Kategorien 1 bis 6 (Erzeugnisse wie Schokolade und Zuckerwaren; Energieriegel; süße Toppings/Aufstriche und Desserts; Kuchen; Kekse; andere süße und/oder fetthaltige Backwaren; Snacks; Speiseeis; Energydrinks; Erfrischungsgetränke und Sirup/Squash) dürfen nicht an Kinder vermarktet werden.
- Für die Kategorien 7 bis 11 (Erzeugnisse wie Säfte; Milch; Milch/Getränke pflanzlichen Ursprungs; Frühstückscerealien; Joghurts und ähnliche Erzeugnisse; Fast Food und zusammengesetzte Gerichte), werden Nährstoffschwellen verwendet, um die ungesündesten Produkte in diesen Kategorien abzudecken.

b) Jede Vermarktung von Produkten, die unter Anhang I fallen und sich an Kinder richtet, ist verboten, vgl. den Entwurf der Vermarktungsordnung § 4 Absatz 1. In § 4 Absatz 2 sind Vermarktungsformen aufgeführt, die immer als an Kinder gerichtet gelten, d. h. Werbung in Kinos im Zusammenhang mit Filmen, die sich an Kinder unter 13 Jahren richten und vor 18.30 Uhr beginnen; Wettbewerbe für Kinder; Verkostungen und Kostproben für Kinder und besondere Ausstellungen, die Kinder ansprechen könnten.

c) Im Entwurf der Vermarktungsordnung § 4 Absatz 3 werden Beispiele von Bestandteilen für die Beurteilung angeführt, ob sich das Marketing an Kinder richtet.

d) Die Vermarktung der unter Anhang I fallenden Erzeugnisse darf Erwachsene nicht zum Kauf solcher Erzeugnisse für Kinder anregen, vgl. den Entwurf der Vermarktungsordnung § 4 Absatz 4.

e) Produkte, die unter Anhang I fallen, dürfen nicht in Verbindung mit Produkten oder Dienstleistungen, die Kinder ansprechen, an Verkaufsstellen ausgestellt werden, vgl. Entwurf der Vermarktungsverordnung § 5.

f) Vom Vermarktungsverbot ausgenommen sind, siehe Entwurf der Vermarktungsordnung § 6:
- Sponsoring nur mit Firmenname/Logo,
- Design des Produkts
- Verpackung und Umhüllung, mit bestimmten Ausnahmen
- Gewöhnliche Auslage von Produkten am Verkaufsort
- Einfache/tatsächliche Produktinformationen auf Websites und im Zusammenhang mit dem Point of Sale.

g) Die norwegische Gesundheitsdirektion wird als Aufsichtsbehörde vorgeschlagen und kann bei Verstößen gegen die Verbote Zwangsgelder oder Vertragsverletzungsgelder verhängen, vgl. den Entwurf der Vermarktungsverordnung §§ 7, 8 und 9. Es wird auch eine Übergangsfrist von 6 Monaten nach Inkrafttreten vorgeschlagen, vgl. den Entwurf der

Vermarktungsverordnung § 10.

9. Ziel des Vorschlags ist es, die öffentliche Gesundheit durch die Prävention ernährungsbedingter Krankheiten in der Bevölkerung zu fördern, indem Kinder vor der Vermarktung ungesunder Lebensmittel und Getränke geschützt werden. Dazu gehört die Prävention von Übergewicht und Adipositas und anderen ernährungsbedingten Krankheiten, aber auch andere Gesundheitsprobleme wie Zahnprobleme.

Die vorgeschlagene Verordnung folgt unter anderem den Empfehlungen der Weltgesundheitsorganisation aus dem Jahr 2023 (WHO-Leitlinie über Maßnahmen zum Schutz von Kindern vor den schädlichen Auswirkungen der Lebensmittelvermarktung) und den Rechten des Kindes.

Der Entwurf der Vermarktungsverordnung basiert auf dem derzeitigen norwegischen Selbstregulierungssystem, das seit 2013 in Kraft ist. Evaluierungen haben gezeigt, dass das Selbstregulierungssystem schwerwiegende Schwächen aufweist, vor allem, dass es Kinder bis 18 Jahre nicht schützt und dass es bei Verstößen gegen die Leitlinien keine Sanktionen verhängen darf.

Das Ministerium ist der Ansicht, dass die vorgeschlagene Verordnung mit den harmonisierten EWR-Rechtsvorschriften über die Vermarktung von Lebensmitteln und anderen relevanten Bereichen im Einklang steht. Es handelt sich jedoch um eine Handelsbeschränkung für Waren und Dienstleistungen, doch hält das Ministerium die vorgeschlagene Maßnahme für gerechtfertigt, da sie sowohl geeignet als auch erforderlich ist, um den Schutz der öffentlichen Gesundheit in Norwegen zu gewährleisten.

Weitere Gründe sind in der beigefügten Folgenabschätzung enthalten.

10. Verweise auf die Grundlagentexte:

11. Nein

12.

13. Nein

14. Nein

15. Ja

16.
TBT-Aspekt: Nein

SPS-Aspekt: Nein

****
Europäische Kommission
Allgemeine Kontaktinformationen Richtlinie (EU) 2015/1535
email: grow-dir2015-1535-central@ec.europa.eu