vinetur

Australiens Rundfunkaufsicht fordert Ende der Ausnahme für Alkoholwerbung bei Sportübertragungen

Die Behörde erklärte, dass Sportübertragungen am Wochenende tagsüber Kinder Werbung aussetzen, die im frei empfangbaren Fernsehen sonst verboten wäre

Freitag, 13. November 2026



Australiens Kommunikationsaufsicht forderte am Donnerstag, dem 12. November, die Branche des frei empfangbaren Fernsehens auf, ihre Regeln für Alkoholwerbung zu verschärfen. Dazu solle auch eine Ausnahme abgeschafft werden, die solche Werbung bei Sportübertragungen zu Zeiten erlaubt, in denen sie normalerweise verboten wäre.

Die Australian Communications and Media Authority erklärte, sie habe eine im März begonnene Überprüfung abgeschlossen. Dabei sollte untersucht werden, ob die geltenden Regeln das Publikum und insbesondere Kinder im Rundfunkfernsehen angemessen vor Alkoholwerbung schützen. Die Aufsichtsbehörde erklärte außerdem, die australische Regierung solle eine umfassendere Reform der Regeln für Alkoholwerbung in allen Medien erwägen. Das derzeitige System weise Lücken und Unstimmigkeiten zwischen Fernsehen, Online-Diensten und anderen Werbeformen auf.

In ihren Ergebnissen stellte die ACMA fest, dass die gesellschaftliche Besorgnis über Alkoholwerbung geringer sei als die über Glücksspielwerbung, aber weiterhin anhaltend hoch bleibe – insbesondere mit Blick auf die Werbung, der Kinder ausgesetzt sind. Laut der Überprüfung besteht ein nachgewiesener Zusammenhang zwischen Alkoholwerbung, höherem Konsum und riskantem Trinkverhalten, das alkoholbedingte Schäden verschlimmern kann.

Gleichzeitig erklärte die Aufsichtsbehörde, die Stellungnahmen zur Überprüfung hätten unterschiedliche Einschätzungen dazu gezeigt, in welchem Ausmaß Fernsehwerbung kommerzieller Anbieter zu größeren gesellschaftlichen Schäden beitrage. Die ACMA wies zudem darauf hin, dass Alkoholwerbung im Fernsehen zwar eine vergleichsweise kleine, aber wichtige Einnahmequelle für Sender sei und zum Geschäftsmodell sowohl der Alkohol- als auch der Sportbranche gehöre.

Die ACMA-Vorsitzende Nerida O’Loughlin sagte, die Behörde sei zu dem Schluss gekommen, dass Änderungen gezielt und verhältnismäßig sein sollten, aber notwendig seien. Die unmittelbarste Empfehlung richtete sich an Free TV Australia, den Branchenverband, der im Rahmen des Koregulierungssystems des Landes für den Kodex des kommerziellen Fernsehens zuständig ist.

Die ACMA erklärte, Free TV Australia solle die geltenden Ausnahmen abschaffen, die Alkoholwerbung während Sportübertragungen zu Tageszeiten erlauben, in denen sie nach den Einstufungsregeln ansonsten verboten wäre. Sportereignisse am Wochenende tagsüber erreichten ein großes Publikum, darunter viele Kinder, die aufgrund dieser Ausnahmen Alkoholwerbung ausgesetzt seien, so die Aufsichtsbehörde.

O'Loughlin sagte, die Sonderregelung für Sport sei einzigartig in Australien und entspreche nicht der Behandlung anderer eingeschränkter Werbekategorien, darunter Glücksspiel. Insgesamt würde die Abschaffung der Ausnahme die Fernsehregeln besser an die gesellschaftlichen Erwartungen beim Schutz von Kindern anpassen, erklärte die Aufsichtsbehörde.

Die ACMA forderte Free TV Australia außerdem auf, denselben Kodex freiwillig auch auf Fernsehsendungen anzuwenden, die über die Online-Dienste der Sender bereitgestellt werden. Zuschauer erwarteten dieselben Schutzmaßnahmen, unabhängig davon, ob sie eine Sendung über ein herkömmliches Fernsehsignal ansehen oder online bei einem Sender streamen, erklärte die Behörde.

Diese Empfehlung könnte weit über das traditionelle Fernsehen hinaus Bedeutung haben. Bei einer Umsetzung könnten sich die Werbemöglichkeiten für Bier-, Wein- und Spirituosenmarken im Zusammenhang mit Sportberichterstattung einschränken. Zudem könnte der Druck auf eine umfassendere Änderung der Vermarktung dieser Produkte über die digitalen Plattformen der Sender zunehmen. Sollte eine weitergehende staatliche Überprüfung vorangetrieben werden, könnte auch die Alkoholwerbung im Internet und in anderen Bereichen, die derzeit nicht unter den Fernsehkodex fallen, erneut stärker in den Fokus rücken.

Die ACMA erklärte, viele der bei der Überprüfung geäußerten Bedenken gingen weit über das frei empfangbare Fernsehen hinaus. Die Befragten hätten auf Alkoholwerbung im Internet, in Sportstätten, auf Teamtrikots und über andere Kanäle hingewiesen, die nicht in die direkte Zuständigkeit der ACMA fielen.

Deshalb erklärte die Aufsichtsbehörde, die australische Regierung solle die Regulierung von Alkoholwerbung umfassender prüfen. Dabei sollten mögliche Lücken und Unstimmigkeiten auf verschiedenen Plattformen untersucht werden, statt das

Fernsehen isoliert zu betrachten, so die ACMA.

Diese Empfehlung folgt auf eine jüngste Forderung des Ständigen Ausschusses des Repräsentantenhauses für Gesundheit, Altenpflege und Menschen mit Behinderungen, wonach die Regierung einen neuen verbindlichen Rahmen für Alkoholwerbung und -vermarktung schaffen solle.

Im derzeitigen australischen System kann die ACMA den Kodex für das kommerzielle Fernsehen nicht direkt umschreiben. Für seine Ausarbeitung und Aktualisierung ist Free TV Australia zuständig; der Kodex muss jedoch von der Aufsichtsbehörde registriert werden. Die ACMA deutete jedoch an, sie könne eingreifen, falls die Branche nicht tätig werde. Sollte Free TV Australia keinen überarbeiteten Kodex vorlegen, der angemessene Schutzmaßnahmen für die Gesellschaft vorsieht, könne die ACMA einen Programmstandard festlegen, erklärte die Behörde.

Im Rahmen einer öffentlichen Konsultation gingen 96 Stellungnahmen zur Überprüfung ein. Die ACMA erklärte, sie habe außerdem Sender, Sportorganisationen, Vertreter des öffentlichen Gesundheitswesens, der Alkohol- und Werbebranche, staatliche Stellen sowie ausländische Aufsichtsbehörden konsultiert.

Der Bericht der Aufsichtsbehörde spiegelt die Abwägung zwischen Bedenken im Bereich der öffentlichen Gesundheit und kommerziellen Interessen wider. Die ACMA räumte ein, dass Alkoholwerbung im Fernsehen nur einen kleinen Anteil der gesamten Werbeausgaben ausmache. Dem Thema komme jedoch besonderes Gewicht zu, weil Live-Sport ein bestimmtes Publikumsprofil habe und die Übertragungen tagsüber besonders sichtbar seien.

Für Alkoholhersteller und Vermarkter wirft die Überprüfung die Möglichkeit eines restriktiveren Umfelds in einem der sichtbarsten Werbebereiche der Branche auf. Sportübertragungen bieten Marken seit Langem Zugang zu einem großen Publikum und eine starke Verbindung zu bedeutenden Veranstaltungen. Sollte die Ausnahme für Sport wegfallen und sollten Online-Dienste demselben Kodex unterstellt werden, müssten Werbetreibende möglicherweise Teile ihrer Strategie in Australien überdenken.

Die ACMA erklärte, der vollständige Ergebnisbericht sei auf ihrer Website verfügbar, und dankte den Teilnehmenden der Überprüfung für ihre Stellungnahmen.