Deutsches Kinderhilfswerk: Schluss mit Werbung für ungesunde Lebensmittel

geschrieben von Redakteur | Februar 27, 2023

Eine „Werbebeschränkung light“ würde ihr Ziel nur verfehlen

Das Deutsche Kinderhilfswerk (DKHW) begrüßt das Vorhaben von Bundesernährungsminister Cem Özdemir zur Regulierung des Kindermarketings für ungesunde Lebensmittel. Die Pläne sind aus Sicht der Kinderrechtsorganisation eine gute Grundlage, um die Gesundheit von Kindern durch eine Einschränkung von Werbung für Lebensmittel mit zu viel Zucker, Fett oder Salz zu schützen. Damit ist das Vorhaben ein zentraler Baustein für mehr Kindergesundheit und ein wichtiger Schritt, um Familien dabei zu unterstützen, Kindern eine gesunde Ernährungsweise nahezubringen.

Kinderschutz muss Vorrang vor

Interessen der Produzenten haben

„Die UN-Kinderrechtskonvention verpflichtet die Bundesregierung bei den anstehenden Regulierungsfragen sehr eindeutig: Der Schutz von Kindern muss hier Vorrang vor den Interessen der Produzenten ungesunder Lebensmittel haben. Gleichzeitig braucht es neben dem Verbot auch weitere Investitionen in die Medien- und Ernährungskompetenz der Kinder. Wir brauchen für den Bereich des Kindermarketings zum Schutz der Kinder und Jugendlichen eine umfassende Regelung, die nicht nur die klassische Werbung im Fernsehen umfasst. Wichtig sind beispielswiese auch Beschränkungen für Influencerinnen und Influencer in den sozialen Medien oder eine Bannmeile im Umkreis von Kitas, Schulen und Spielplätzen. Als Grundlage bei der Frage, welche Lebensmittel als ungesund gelten, sollten die Nährwertempfehlungen der Weltgesundheitsorganisation WHO dienen“, betont Holger Hofmann, Bundesgeschäftsführer des DKHW.

Eine ausgewogene Ernährung ist elementar für die Gesundheit

Eine ausgewogene Ernährung ist elementar für die Gesundheit, vor allem bei Kindern und Jugendlichen. Doch das aktuelle Ernährungsverhalten ist von starken Missverhältnissen geprägt: So verzehren Kinder und Jugendliche etwa doppelt so viele Süßwaren, aber nur halb so viel Obst und Gemüse wie empfohlen. Auch der Fleisch- und Wurstverzehr ist deutlich zu hoch. Dabei beeinflusst Werbung nachweislich die Präferenzen und das Essverhalten von Kindern und Jugendlichen.

Eine „Werbebeschränkung light“, die lediglich im Umfeld klassischer Kindersendungen greift, würde laut DKHW ihr Ziel verfehlen. Deshalb sollte zukünftig Werbung für ungesunde Lebensmittel von 6 bis 23 Uhr im Fernsehen, Radio und in Streamingdiensten verboten sein. Influencerinnen und

Influencer sollten grundsätzlich nur Werbung für gesunde Lebensmittel machen dürfen, wenn diese sich an Kinder richtet. Außerdem ist im Bereich der Außenwerbung eine 100-Meter-Bannmeile für Ungesundes um Schulen, Kitas und Spielplätze wichtig.