WM-Sammelaktionen: Wie Werbung das Essverhalten von Kindern prägt

geschrieben von Redakteur | Juni 30, 2026

Sammelaktionen zur Fußball-Weltmeisterschaft sollen Kinder mit Fanartikeln zum Kauf stark zuckerhaltiger Lebensmittel motivieren. Der Beitrag erklärt, warum solche Marketingstrategien wirken, wie sie das Ernährungsverhalten langfristig prägen und welche Rolle Eltern, Kitas und Grundschulen beim Kinderschutz spielen.

Foodwatch: Fast alle Produkte für Kinder sind ungesund

geschrieben von Redakteur | Juni 30, 2026

Freiwillige Selbstverpflichtungen der Lebensmittelindustrie mit Blick auf Kindermarketing sind offenbar unzureichend. Zu diesem Ergebnis kommt eine Marktstudie, die die Verbraucherorganisation foodwatch gemeinsam mit der Deutschen Allianz Nichtübertragbare Krankheiten (DANK) durchgeführt hat.