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.

Große Mehrheit gegen Quengelware im Kassenbereich

geschrieben von Redakteur | Juni 30, 2026



Eine große Mehrheit der Deutschen lehnt die Platzierung von Alkohol, Tabak und Süßwaren in der Kassenzone ab. Das zeigt eine repräsentative Umfrage des Marktforschungsinstituts Kantar im Auftrag des Deutschen Krebsforschungszentrums (DKFZ) in Heidelberg und der Deutschen Allianz Nichtübertragbare Krankheiten (DANK).