

Lebensmittelwerbung: Schutz der Kinder vor ungesunden Lebensmitteln längst überfällig!

Herzstiftung begrüßt Pläne des BMEL zur Beschränkung der Werbung für ungesunde Lebensmittel

(Frankfurt a. M., 2. März 2023) Die Deutsche Herzstiftung begrüßt die Pläne von Bundesernährungsminister Cem Özdemir zur Beschränkung der Werbung für ungesunde Lebensmittel. Die Pläne sind aus Sicht der Herzstiftung und ihrer Kinderherzstiftung eine gute Grundlage dafür, Kinder vor Werbung für ungesunde Nahrungsmittel mit hohem Fett-, Zucker- oder Salzgehalt zu schützen. Eine ungesunde Ernährungsweise bereits im Kindesalter ist in vielfacher Hinsicht gesundheitsschädlich und kann neben Übergewicht, Fettleibigkeit vor allem kardiovaskuläre Risikofaktoren wie Bluthochdruck und Diabetes mellitus Typ 2 sowie andere chronische Erkrankungen verstärken. Allein von Übergewicht oder Adipositas ist nach Angaben des Robert-Koch-Instituts etwa jedes sechste Kind betroffen, unter den 11- bis 13-Jährigen sogar jedes fünfte (1). Dies ist umso alarmierender, wenn man bedenkt, dass laut Aussagen der Deutschen Hochdruckliga 25% aller stark übergewichtigen Kinder, also jedes vierte, Bluthochdruck haben (2).

„Der Herzinfarkt beginnt in zu vielen Fällen bereits im Kindesalter. Das jedoch muss verhindert werden. Daher begrüßen wir die Pläne des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL), dass Kinder künftig umfassend vor Werbung für ungesunde Lebensmittel geschützt werden und dass das Nährwertmodell der Weltgesundheitsorganisation (WHO) Europa als Grundlage für die Werbebeschränkung dienen soll“, betont Prof. Dr. med. Renate Oberhoffer-Fritz, Mitglied des Wissenschaftlichen Beirats der Deutschen Herzstiftung und Leiterin des Lehrstuhls für Präventive Pädiatrie an der Fakultät für Sport- und Gesundheitswissenschaften der Technischen Universität München. Ein gesunder Lebensstil mit einer ausgewogenen Ernährung und ausreichend Bewegung ist elementar für die Gesundheit von Kindern und Jugendlichen. Doch das aktuelle Ernährungs- und Bewegungsverhalten führt vermehrt zu Übergewicht und Fettleibigkeit bei Kindern und Jugendlichen und den bereits genannten kardiovaskulären Folgeerkrankungen. Kinder sind besonders empfänglich für Werbung, die oft als solche für sie nicht erkenntlich ist.

Das Vorhaben sei deshalb „ein enorm wichtiger Baustein für einen gesunden Lebensstil von Kindern und ein wichtiger Schritt für Familien, ihren Kindern eine gesunde Ernährungsweise näherzubringen“, so Oberhoffer. Kindern steht nach der UN-Kinderrechtskonvention in der

Gesundheitsvorsorge von staatlicher Seite das „erreichbare Höchstmaß an Gesundheit“ zu. „Der Schutz der Kindergesundheit muss daher Vorrang vor den Interessen der Werbe- und Lebensmittelindustrie haben“, fordert Oberhoffer.

Für den BMEL-Entwurf spricht u. a., dass

- in Fernsehen, Radio und Online tagsüber zwischen 6 und 23 Uhr Werbung nur für Gesundes bzw. nur für Produkte, die das o.g. WHO-Nährwertprofil erfüllen, zulässig sein soll und
- dass die Werbebeschränkung auch eine Bannmeile (100 Meter) rund um Spielplätze, Schulen und Freizeiteinrichtungen enthalten soll, um Außenwerbung für Ungesundes zumindest dort einzudämmen.

Das BMEL bezeichnet seine „Pläne für klare und verbindliche Regeln zu an Kinder gerichteter Lebensmittelwerbung“ als seinen Auftrag aus dem Koalitionsvertrag. „Damit sollten die Koalitionspartner die Pläne des Bundesministers für Ernährung Cem Özdemir unterstützen“, so Herzstiftungs-Beirätin Prof. Oberhoffer.

(wi)



Zur Person:

Prof. Dr. med. Renate Oberhoffer-Fritz, Mitglied des Wissenschaftlichen Beirats der Deutschen Herzstiftung, Lehrstuhl für Präventive Pädiatrie an der Fakultät für Sport- und Gesundheitswissenschaften der Technischen Universität München (Foto: TUM)

Literatur:

- (1) Schienkiewitz A et al., Bundesgesundheitsblatt Gesundheitsforschung Gesundheitsschutz 2019; 62: 1225–1234.
- (2) Deutsche Hochdruckliga (ed). Basiswissen Bluthochdruck: Bluthochdruck bei Kindern und Jugendlichen, 2023.

Mehr Infos zum Thema:

www.herzstiftung.de/wissenschaftsbuendnis-dank

<https://adipositas-gesellschaft.de/>

2023

Deutsche Herzstiftung, Pressestelle: Michael Wichert (Ltg.)/Pierre König, Tel. 069 955128-114/-140, E-Mail: presse@herzstiftung.de
www.herzstiftung.de