

Mehr als 35 Verbände appellieren an Bundeskanzler Scholz: Schutz der Kinder vor ungesunder Lebensmittelwerbung muss jetzt gesetzlich verankert werden!

Ein breites Bündnis aus Organisationen, Verbänden und Initiativen aus Medizin, Gesundheitsförderung, Wissenschaft, Verbraucherschutz sowie Kinder- und Jugendschutz appellieren in einem offenen Brief an Bundeskanzler Olaf Scholz, das Gesetz zur Beschränkung von Werbung für ungesunde Lebensmittel, die sich an Kinder und Jugendliche richtet (KLWG), noch vor der Sommerpause konsequent und wirkungsvoll umzusetzen. Mehr als ein Jahr nach der Vorstellung der Eckpunkte und eines ersten Referentenentwurfs durch Bundesernährungsminister Cem Özdemir herrsche weiterhin politischer Stillstand beim Kinderschutz in der Lebensmittelwerbung. Die Ampel-Koalition hat im Koalitionsvertrag den klaren Auftrag formuliert, den Schutz der Kinder vor Werbung für Lebensmittel mit hohem Zucker-, Fett- und Salzgehalt sicherzustellen. Effektive Regelungen stehen jedoch noch immer aus, so das Bündnis.

Barbara Bitzer, Sprecherin der Deutschen Allianz Nichtübertragbare Krankheiten (DANK) und Geschäftsführerin der Deutschen Diabetes Gesellschaft (DDG), erklärt: *„Werbung für süße Snacks und fettiges Fast Food flutet jeden Tag die Kinderzimmer. Der politische Stillstand bei der Regulierung von Werbung für Ungesundes ist nicht länger tragbar. Bundeskanzler Olaf Scholz darf nicht länger am Spielfeldrand stehen und tatenlos zuschauen, wie das Gesetzesvorhaben auf die lange Bank geschoben wird. Gemeinsam mit mehr als 35 Verbänden, Organisationen und Fachgesellschaften wollen wir das Bundeskanzleramt nochmal aufrütteln und daran erinnern, dass wir alle Verantwortung für die Gesundheit von Kindern und Jugendlichen tragen.“*

Dr. med. Klaus Reinhardt, Präsident der Bundesärztekammer, fügt hinzu: *„Jeder siebte Todesfall in Deutschland ist laut der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung auf ungesunde Ernährung zurückzuführen. Auch die Weltgesundheitsorganisation empfiehlt, Werbung für ungesunde Lebensmittel gesetzlich einzuschränken, um Fehlernährung bei Kindern und Jugendlichen zu bekämpfen. Wir setzen die gesunde Zukunft unserer Kinder aufs Spiel, wenn die Bundesregierung das Vorhaben nicht endlich anpackt und verbindliche Regelungen verankert.“*

Angela Schütze-Buchholz, Vizepräsidentin des Berufsverbands der Kinder- und Jugendärzte (BVKJ) betont: *„Kinder essen doppelt so viel Süßigkeiten, aber nur halb so viel Obst wie empfohlen. Das bleibt nicht ohne Folgen. 15 Prozent der Kinder- und Jugendlichen in Deutschland sind von Übergewicht betroffen. Ihnen drohen im weiteren Leben schwerwiegende Folgeerkrankungen wie Typ-2-Diabetes, Bluthochdruck oder Herz-Kreislauferkrankungen. Unsere Gesellschaft darf nicht zulassen, dass eine Generation kranker Menschen heranwächst. Das vielkonsumierte ungesunde Zuckergetränk muss zum Auslaufmodell werden. Gesunde Nahrungsmittel – am besten preiswerter als ungesunde Alternativen – sollten zur ersten Wahl werden.“*

Die wissenschaftliche Grundlage für die Notwendigkeit einer Regulierung ist unbestreitbar: Werbung wirkt, sie steigert das Kauf- und Konsumverhalten und fördert die Ernährungspräferenzen von Kindern. Vorschläge für eine solche Regulierung liegen seit über einem Jahr auf dem Tisch. Nun liege es an den politischen Verantwortlichen, diese Vorschläge in ein wirksames und konsequentes

Gesetz zu gießen, betont das Bündnis.

Laut einer Studie der Universität Hamburg sehen mediennutzende Kinder zwischen drei und 13 Jahren pro Tag im Schnitt 15 Werbespots für ungesunde Lebensmittel. 92 Prozent der gesamten Werbung, die Kinder wahrnehmen, vermarktet ungesunde Lebensmittel wie Fast Food, Snacks oder Süßigkeiten. Um Fehlernährung bei Kindern zu bekämpfen, empfiehlt die Weltgesundheitsorganisation (WHO), Junkfood-Werbung gesetzlich einzuschränken. Der WHO zufolge müssen Werbeschränken verbindlich sein, Kinder aller Altersgruppen schützen und auf konkreten Grenzwerten für Zucker, Fett und Salz basieren.

„Die Regelungen müssen umfassend sein und dort wirken, wo Kinder Werbung ausgesetzt sind – sei es bei TV-Werbung, Außenwerbung oder Influencer-Werbung in den sozialen Medien“, heißt es in dem offenen Brief. „Die omnipräsente Werbung für ungesunde Lebensmittel hat fatale gesundheitliche Folgen. Eltern müssen tagtäglich gegen eine Milliardenindustrie ankämpfen, die ihre Kinder mit geschickten Marketingtricks lockt. Die Gesundheit der Kinder darf nicht zwischen den Interessen der Industrie zerrieben werden. Die Politik muss den Stillstand beenden und die Gesundheit der Jüngsten in unserer Gesellschaft durch ein starkes Gesetz schützen.“

Das Bündnis fordert den Bundeskanzler eindringlich auf, sich dafür einzusetzen, dass das KLWG als wichtige Maßnahme für mehr Kindergesundheit ohne weitere Verzögerungen und Abschwächungen umgesetzt wird. „Der Schutz der Kindergesundheit muss Vorrang haben vor den wirtschaftlichen Interessen der Werbeindustrie und der Hersteller ungesunder Lebensmittel“, so das abschließende Plädoyer der Verbände.