

Werbung einschränken – Kinder schützen

Mehr Anstrengungen für die Verhältnisprävention wären auch für Deutschland ein wichtiges Signal: Die Deutsche Gesellschaft für Allgemeinmedizin und Familienmedizin (DEGAM) begrüßt die Entscheidung der britischen Regierung, Werbung für ungesunde Lebensmittel zukünftig einzuschränken. Damit soll ungesunde Ernährung vor allem bei Kindern und Jugendlichen reduziert werden.

Großbritannien macht einen wichtigen Schritt, um insbesondere Kinder vor ungesunden Lebensmitteln zu schützen. Ab Oktober 2025 wird Werbung für bestimmte Lebensmittel im Fernsehen tagsüber und im Internet rund um die Uhr verboten. Die britische Regierung hat eine Liste der Lebensmittel mit hohem Fett-, Salz- und Zuckergehalt (zum Beispiel Muffins, Croissants, Waffeln, Kekse, Frühstücksflocken, Müsliriegel etc.) vorgelegt, die von dem Werbeverbot betroffen sind. Damit will Großbritannien jährlich 20.000 Fälle von Fettleibigkeit bei Kindern verhindern. Die DEGAM begrüßt diesen Schritt ausdrücklich.

„Während in Deutschland seit Jahren ergebnislos über die Einführung einer Zuckersteuer oder Werbeverbote für Süßigkeiten oder andere ungesunde Lebensmittel diskutiert wird, machen die Briten Nägel mit Köpfen“, kommentiert Prof. Dr. Martin Scherer, Präsident der DEGAM. „Als wissenschaftliche Fachgesellschaft weist die DEGAM seit Jahren darauf hin, dass es für breit ansetzende Elemente der Verhältnisprävention wie Werbeverbote oder erhöhte Steuern eine gute Evidenz gibt, um einen gesunden Lebensstil zu erleichtern. Es ist höchste Zeit, dass Deutschland in der Verhältnisprävention endlich aufholt.“

Für die Wirksamkeit der Verhältnisprävention – also die Stärkung der Prävention in den Lebenswelten der Menschen wie Kita, Schule, Nachbarschaft, Arbeitsplatz – liegen international gute wissenschaftliche Belege vor. Werbeverbote sind eine verhältnispräventive Maßnahme, von denen Kinder und Jugendliche auch über soziale Schranken hinweg profitieren können. „Die Evidenz ist in jedem Fall stark genug, um politische Reaktionen zu rechtfertigen. Es ist doch absurd, wirtschaftliche Interessen höher einzustufen als den Schutz vor gesundheitlichen Risiken bei Generationen von Kindern. Wir sollten Kindern und Jugendlichen Chancen eröffnen und nicht durch frühe Fehlernährung verschließen“, so Martin Scherer weiter.

Die DEGAM hält fest: Übergewicht und Adipositas bei Kindern und Jugendlichen nehmen zu. Gleichzeitig ist bekannt, dass wichtige Weichen zum gesunden Verhalten in den frühen Jahren gestellt werden. „Werbung, die die Kinder zu übermäßigem Konsum ungesunder Nahrungsmittel verleitet, schadet ihnen langfristig,“ ergänzt Dr. Wolfgang Schneider-Rathert, Sprecher der DEGAM-Sektion Prävention und niedergelassener Hausarzt in Niedersachsen. „Zielgenaue Werbung, die Kinder früh im Leben mehrfach jeden Tag in ihren Zeitschriften, auf ihren Handys und Bildschirmen erreicht, prägt so stark, dass das daraus resultierende Übergewicht später nur noch teilweise erfolgreich behandelt werden kann. Deshalb plädieren wir aus wissenschaftlicher Sicht dafür, mit dem Werbeverbot für Junk-Food die Verhältnisse zu ändern, da das Verhalten bereits übergewichtiger Kinder und Jugendlicher später kaum noch zu ändern ist.“

Zum Umgang mit Übergewicht und Adipositas in der hausärztlichen Praxis hat die DEGAM letztes Jahr ein Positionspapier zu Prävention und Therapie von Adipositas vorgelegt: <https://tinyurl.com/ycy9kxdz>

Über die DEGAM

Die Deutsche Gesellschaft für Allgemeinmedizin und Familienmedizin (DEGAM) ist eine wissenschaftliche Fachgesellschaft. Ihre zentrale Aufgabe ist es, die Allgemeinmedizin als anerkannte wissenschaftliche Disziplin zu fördern und sie als Rückgrat der Patientenversorgung weiterzuentwickeln. Die DEGAM ist Ansprechpartnerin bei allen Fragen zur wissenschaftlichen Entwicklung der Allgemeinmedizin an den Hochschulen, zur Fort- und Weiterbildung sowie zum Qualitätsmanagement. Sie erarbeitet eigene wissenschaftlich fundierte Leitlinien für die hausärztliche Praxis und beteiligt sich auch an interdisziplinären Leitlinien anderer Fachgesellschaften. Die Aktivitäten der Nachwuchsförderung werden überwiegend von der Deutschen Stiftung für Allgemeinmedizin und Familienmedizin (DESAM) realisiert.