

Wie Werbung Kinder dick macht

Datum: 27.08.2018

Original Titel:

Sustained impact of energy-dense TV and online food advertising on children's dietary intake: a within-subject, randomised, crossover, counter-balanced trial

Werbung zu ungesunden Lebensmitteln könnte das Übergewichtsrisiko von Kindern steigern, wie diese Auswertung australischer Forscher zeigte. Der ungünstige Effekt war besonders deutlich, wenn die Kinder sowohl einen TV-Film als auch ein Computerspiel mit der Werbung sahen.

Viele Fachorganisationen kritisieren, dass Kinder durch Werbung für ungesunde Lebensmittel beeinflusst werden und fordern ein Verbot solcher Werbung. Kinder, die Werbung ausgesetzt sind, essen unmittelbar darauf mehr Lebensmittel – dies konnten Untersuchungen bereits zeigen. Allerdings ist nicht klar, ob die Kinder diese zusätzliche Energiezufuhr im Tagesverlauf kompensieren, indem sie bei späteren Essgelegenheiten weniger essen.

Werbung zu ungesunden Lebensmitteln bei Kindern untersucht

Wissenschaftler aus Australien lieferten mit ihren Studienergebnissen nun neue Erkenntnisse zu diesem Thema. Für ihre Studie rekrutierten die Wissenschaftler 160 Kinder im Alter zwischen 7 und 12 Jahren. Die Kinder nahmen an 6-tägigen Feriencamps teil. Es gab insgesamt 4 dieser Camps mit jeweils 40 teilnehmenden Kindern. Die 40 Kindern wurden dann auf 2 Gruppen aufgeteilt. Eine Gruppe der Kinder sah täglich einen 10-minütigen Film mit 10 30-sekündigen Werbeunterbrechungen (TV-Gruppe). Die andere Gruppe spielte zusätzlich zu dem Film ein kurzes Computerspiel mit ähnlicher Werbung (TV- und Computerspiel-Gruppe). In beiden Gruppen wurden die Kinder weiterhin unterteilt in solche Kinder, denen Werbung zu ungesunden Lebensmitteln gezeigt wurde (Interventionsgruppe) und Kinder, die Werbung für andere Produkte außer Lebensmitteln sahen (Kontrollgruppe).

Die Wissenschaftler bestimmten die Energiezufuhr der Kinder bei einem Snack, der unmittelbar nach dem Film und/oder Computerspiel angeboten wurde ebenso wie die Energiezufuhr beim späteren Mittagessen.

Werbung mit ungesunden Lebensmitteln steigerte die Kalorienzufuhr der Kinder

Es zeigte sich, dass alle Kinder aus der TV- und Computerspiel-Gruppe mit Werbung für ungesunde Lebensmittel mehr von dem angebotenen Snack aßen als die Kinder, die Werbung zu anderen Produkten gesehen hatten. Die Kinder kompensierten diese zusätzlichen Kalorien beim Mittagessen nicht – dies führte zu einem Plus von 46 Kalorien. Beim Vergleich der Kinder aus der TV-Gruppe und der TV- und Computerspiel-Gruppe, die beide Lebensmittel-Werbung gezeigt bekommen hatten, zeigte sich, dass die Kinder mit beiden Medien, also TV und Computerspiel, bei dem Snack mehr aßen, als die Kinder, die nur TV schauten. In beiden Gruppen waren besonders Kinder mit höherem Körpergewicht anfällig dafür, durch die Lebensmittel-Werbung mehr Kalorien zuzuführen.

Diese Studienergebnisse zeigen, dass sich Lebensmittel-Werbung ungünstig auf das Essverhalten von Kindern auswirken könnte. Kinder, die in einen Film und ein Computerspiel eingebaute Werbespots mit ungesunden Lebensmitteln sahen, aßen mehr von einem Snack und kompensierten dies nicht bei dem späteren Mittagessen. Dies könnte auf lange Sicht zu Übergewicht führen.

Referenzen:

Norman J, Kelly B, McMahon AT, Boyland E, Baur LA, Chapman K, King L, Hughes C, Bauman A. Sustained impact of energy-dense TV and online food advertising on children's dietary intake: a within-subject, randomised, crossover, counter-balanced trial. *Int J Behav Nutr Phys Act.* 2018 Apr 12;15(1):37. doi: 10.1186/s12966-018-0672-6.