

Statement

Reimann: „Werbebeschränkung für ungesunde Kinderlebensmittel stärkt Gesundheit der Kleinsten“

Berlin, 27. 02. 2023

Die heute vorgelegten Eckpunkte für den Gesetzentwurf zur Werbebeschränkung für ungesunde Kinderlebensmittel kommentiert Dr. Carola Reimann, Vorstandsvorsitzende des AOK-Bundesverbandes, wie folgt:

„Mit der geplanten Beschränkung von an Kindern gerichtete Werbung für ungesunde Lebensmittel hat Bundesernährungsminister Cem Özdemir eine langjährige Forderung der AOK-Gemeinschaft aufgegriffen. Süßigkeiten, Chips und Co. gehören zu den am meisten beworbenen Produkten. Kinder und Jugendliche müssen vor dieser Werbung geschützt werden, weil sie maßgeblich ihr Kauf- und damit auch ihr Essverhalten beeinflusst. Es ist ein wichtiger erster Schritt, dass an unter 14-Jährige gerichtete Werbung für Lebensmittel mit hohem Zucker-, Fett- und Salzgehalt künftig ins Nachtprogramm zwischen 23 und 6 Uhr verbannt werden soll. Es ist wichtig, dass in den Eckpunkten alle Kanäle und Werbeformen des Kindermarketings inklusive der Online-Werbung und Influencer-Marketing berücksichtigt wurden. Das schließt auch ein, dass für Plakatwerbung eine 100-Meter-Bannmeile im Umkreis von Kitas, Schulen und Spielplätzen gelten soll.

Dass Minister Özdemir mit seinen Plänen auf dem richtigen Weg ist, zeigen die Ergebnisse der AOK-Familienstudie von 2022: Demnach wünschen sich 80 Prozent der befragten Eltern klare Vorgaben der Bundesregierung an die Lebensmittelindustrie. Denn die Gesundheit von Kindern muss über den rein finanziellen Interessen der Industrie stehen. Aktuell sind bereits etwa 15 Prozent der Kinder und Jugendlichen von Übergewicht und sechs Prozent sogar von Adipositas betroffen. Ihnen drohen im späteren Leben Krankheiten wie Typ2-Diabetes, Gelenkprobleme, Bluthochdruck und Herzerkrankungen. Die Folgekosten der Adipositas belaufen sich in Deutschland auf 63 Milliarden Euro jährlich. Jeder

siebte Todesfall in Deutschland ist laut Daten der OECD auf ungesunde Ernährung zurückzuführen. Dieser Entwicklung muss mit wirksamen politischen Entscheidungen wie den heute vorgestellten Eckpunkten zur Werbebeschränkung entgegengewirkt werden. Denn wir müssen dafür sorgen, dass Kinder gesund aufwachsen können. Um dieses Ziel zu erreichen, brauchen Familien unsere Unterstützung.“

AOK-Familienstudie 2022