



Schutz von Kindern vor Werbung für ungesunde Ernährung

DIE HERAUSFORDERUNG

Die Bundesregierung verfolgt durch eine Ernährungsstrategie das Ziel, v. a. für Kinder eine gesunde Ernährungsumgebung zu schaffen. Der zuständige Bundesminister Cem Özdemir hat dabei Pläne für verbindliche Regeln für Lebensmittelwerbung vorgestellt. Das Vorhaben soll ein **Verbot von an Kinder gerichtete Werbung für Lebensmittel mit zu hohem Zucker-, Fett- und Salzanteil hervorbringen**, das bisherige freiwillige Selbstverpflichtungen ablöst. Denn diese konnten lediglich bei bestimmten Lebensmittelgruppen Effekte erzielen. Die Argumentation basiert darauf, dass Kinder bis 14 Jahre als besonders vulnerable Konsumgruppe gelten, die nicht selbst zwischen gesunden und ungesunden Lebensmitteln unterscheiden sowie die gesundheitlichen Folgen ihrer Ernährung nicht einschätzen können. Vor allem in den ersten fünf Lebensjahren verfestigen sich Ernährungsmuster, die das spätere Leben prägen und potenziell durch Werbung beeinflusst werden können. In der Erarbeitungsphase des Gesetzes ist eine wertneutrale Diskussion zwischen allen relevanten Stakeholdern ausschlaggebend für den Erfolg und die Umsetzung. Diskussionsrunden zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Politik im Rahmen des **GWD-Fachforums Ernährungswirtschaft** haben explizite Punkte hervorgebracht, die im aktuellen Referentenentwurf nachgeschärft werden sollten, um das Gesetz effektiv, ausgewogen und realistisch umsetzbar zu machen. Darauf bezugnehmend spricht der GWD folgende Handlungsempfehlungen aus:

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

1. **Teilverbot statt umfassender Einschränkungen: kombinierte Bedingungen für ein Verbot**

Ogleich der aktuelle Referentenentwurf des BMEL eine kritisch-differenzierte Diskussion eröffnet hat, gilt es an verbindlichen Teilverböten für Werbung, die an Kinder bis 14 Jahren gerichtet ist, festzuhalten. Um indes auf übergreifende Einschränkungen zu verzichten, sollte der aktuelle Referentenentwurf um die im Koalitionsvertrag formulierten Voraussetzungen ergänzt werden: **Damit eine Werbung in Zukunft unter das Verbot fällt, müssen Kinder sowohl direkt als auch in ihrem typischen (medialen) Umfeld angesprochen werden. Aus der Kombination dieser beiden Prämissen können Kinder in kindertypischen Kontexten geschützt und eine Streuwirkung vermieden werden.**

2. **Festlegung individueller Referenzmengen**

Der aktuelle Entwurf sieht vor, die Nährwertangaben der WHO als Referenz für die Gesundheit der Lebensmittel heranzuziehen. Nach dieser Tabelle könnten zukünftig einige Produktlinien nicht mehr beworben werden, da die erlaubten Mengen praktisch nicht umsetzbar sind, ohne dass geschmacklich große Abstriche gemacht werden müssen. Dadurch würde die Wirtschaftlichkeit einiger Produkte in Frage gestellt. Darüber hinaus machen die internationalen Referenzwerte viele Ausnahmen wie beispielsweise bei Obst oder Säften (Fruchtzucker) nötig. **Es ist daher sinnvoll, individuelle Referenzmengen für den deutschen und europäischen Markt zu entwickeln.**

3. **Evaluierung der Effekte bei aktuellen und zukünftigen Gesetzesvorhaben**

Durch die Einführung eines Werbeverbots ist möglicherweise eine Marktverschiebung von kleineren hin zu großen Lebensmittelproduzenten zu befürchten, die es zu vermeiden gilt. Doch auch über die unmittelbaren Stakeholder hinaus sind belegbare volkswirtschaftliche Folgen, wie die massiven Folgekosten für Staat und Krankenkassen durch ungesunde Ernährung, in Betracht zu ziehen. **Die Auswirkungen der aktuellen und der geplanten Gesetzgebung gilt es daher umfangreich in mittel- und langfristigen Studien zu evaluieren.**

4. **Verbesserung der Ernährung in öffentlichen Einrichtungen und Förderung einer gesunden Lebensweise für Kinder**

Die geplante Einschränkung von Lebensmittelwerbung stellt nur eine Option aus einem größeren Maßnahmenpaket zur Verbesserung der Ernährungsweise Heranwachsender dar. Um kurz- bis mittelfristig positive Effekte zu erreichen sollten u. a. **Anpassungen bei der Ernährung in öffentlichen Einrichtungen** wie Mensen oder Kantinen von Schulen, Kindergärten und Kitas vorgenommen, sowie gleichzeitig über **Finanzierungsmöglichkeiten zur Verbesserung der Lebensmittelqualität** diskutiert werden. Darüber hinaus gilt es, **Kindern entsprechendes Wissen über Inhaltsstoffe sowie gesunde Lebensweisen allgemein zu vermitteln**, damit diese die nötige Kompetenz erlangen, um eigenverantwortlich über ihre Ernährung entscheiden zu können.