

OE1- 8 Uhr Journal Beitrag Werbung für "dickmachende" Lebensmittel bei Kindersendungen

Sehr geehrter Herr Nicholls, sehr geehrtes OE1-Info-Team!

Herzlichen Dank, dass Sie das so wichtige und brisante Thema an Kinder und Jugendliche gerichteter Lebensmittelwerbung aufgreifen.

Ich wende mich als Kinder- und Jugendfacharzt, Präsident der European Childhood Obesity Group (www.ecog-obesity.eu), Beirat Pädiatrie der Österreichischen Adipositasgesellschaft (<https://www.adipositas-austria.org/vorstand.html>) und von der Österreichischen Gesellschaft für Kinder- und Jugendheilkunde zum Thema Adipositasprävention und -therapie beauftragter Projektleiter an Sie.

Die Qualität unserer Ernährungsweise hat wesentlichen Einfluss auf unsere langfristige Gesundheit, Leistungsfähigkeit, Lebensqualität und Lebenserwartung. Die Belastung durch ernährungsabhängige nicht-übertragbare Erkrankungen (non-communicable diseases, NCD) wie Übergewicht, Diabetes, Herz-Kreislaufkrankheiten und bestimmte Krebsarten hat in 25 Jahren um ein Drittel zugenommen und stellt heute die weitaus größte Herausforderung für die Gesundheit der Menschen und das Gesundheitswesen dar. Deshalb ist die Befähigung der Menschen zu einer gesunden Auswahl von Speisen und Getränken zum Schutz ihrer Gesundheit heute noch wichtiger als jemals zuvor.

Aktuelle Untersuchungen zur Ernährungskompetenz der erwachsenen Bevölkerung im deutschsprachigen Raum zeigt eine erschreckend ungünstige Lage. Als Kinder- und Jugendfacharzt beunruhigt mich besonders die deutlich schlechtere Ernährungskompetenz bei jüngeren Erwachsenen: 63 Prozent der 18- bis 24-Jährigen zeigen problematische oder inadäquate Werte, verglichen mit nur 43 % bei über 60-Jährigen. Offensichtlich erwerben junge Menschen heute in Familie und Bildungseinrichtungen viel weniger Ernährungswissen und Handlungskompetenz als in früheren Generationen.

Generell sehen wir bei jungen Eltern einen zunehmenden Rückgang der Fähigkeiten zur selbstständigen Zubereitung von Mahlzeiten aus Grundnahrungsmitteln. Dies ist auch deshalb problematisch, weil Fertigprodukte regelmäßig zu viel Kalorien, Zucker, gesättigtes Fett und Salz enthalten. So kommt es insgesamt zu einer schlechteren Ernährungsqualität in vielen Familien mit Kindern, gerade auch wenn diese nicht einfach zwischen schlechteren und besseren Fertigprodukten unterscheiden können.

Eine zunehmende soziale Ungleichheit der Ernährungskompetenz reflektiert die starke und rasch zunehmende soziale Disparität von Krankheitsrisiken, wie sie auch die deutsche nationale Kinder- und Jugendgesundheitsstudie (KIGGS) zeigt. Die Rate des Adipositasrisikos war vor etwa einem Jahrzehnt bei Kindern aus sozioökonomisch benachteiligten Familien etwa dreifach höher als in Familien mit hohem sozioökonomischen Status. Nur ein Jahrzehnt später ist der Unterschied auf das 4,1-4,4fache angestiegen. Offenbar erreicht eine Strategie der Stärkung von Familien durch vielfältige Informationsangebote und gut gemachte Broschüren nur unzureichend die Risikogruppen. Es bedarf einer Ergänzung durch **wirksame verhältnispräventive Maßnahmen**, die eine gesündere Wahl für alle Bevölkerungsgruppen zur leichteren Wahl machen.

Notwendig ist daher eine Stärkung der Gesundheits- und auch Ernährungskompetenz bei Kindern, Jugendlichen und Familien durch:

- konsequent umgesetzte Gesundheitsbildung in allen Bildungseinrichtungen, vom Kindergarten bis zur Sekundarschule. Die Vermittlung von Informationen und Handlungskompetenz soll durch das alltägliche Erleben gefestigt werden, gefördert durch verpflichtende Mindeststandards für eine qualitätsgesicherte Schulverpflegung für Alle und die Abgabe ausschließlich zuckerfreier Getränke.
- eine verpflichtende, schnell und einfach erfassbare Farbkennzeichnung der Nährstoffqualität verarbeiteter Lebensmittel auf der Packungsvorderseite mit dem Nutri-Score. Studien zeigen, dass eine solche Kennzeichnung die Kompetenz zur Bewertung der gesundheitlichen Wirkungen von Lebensmitteln bei Verbrauchern als allen Bevölkerungsgruppen deutlich verbessert.
- **eine konsequente Beschränkung der an Kinder gerichteten Lebensmittelwerbung. Hier ist die wissenschaftliche Datenlage eindeutig: Kinder, die der Lebensmittelwerbung ausgesetzt sind, verzehren mehr ungesunde Speisen und Getränke, und sie sind häufiger von Übergewicht, Adipositas und den damit verbundenen Krankheiten betroffen.**

Die Verantwortung für Übergewicht und Adipositas, für den gelebten Lebensstil allgemein, ausschließlich beim Einzelnen, bei der Einzelnen, bei der Familie oder gar bei Kindern zu suchen, ist schlicht antiquiert und falsch! Herrn Jilch ist hier zu widersprechen.

Es handelt sich hierbei jedoch um eine international gut bekannte Strategie, nachweislich wirksamen verhältnispräventiven Maßnahmen zuvorzukommen.

Die Literatur zur Bedeutung und Notwendigkeit einer Beschränkung von Werbung für ungesunde Lebensmittel, die an Kinder und Jugendliche gerichtet ist, spricht eine klare Sprache und ist wissenschaftlich völlig unstrittig:

https://www.euro.who.int/data/assets/pdf_file/0008/396764/Online-version_Digital-Mktg_March2019.pdf

Kurz zum Durchklicken: <https://de.slideshare.net/THLfi/monitoring-and-restricting-digital-marketing-of-unhealthy-products-to-children-and-adolescents-click-tool-kremlin-wickramasinghe>

Für weitere Rückfragen stehe ich gerne zur Verfügung, ich vermittele auch gerne weitere, fachspezifische kompetente Interviewpartner wie z.B. Dr. Mimi Tatlow-Golden (UK, spricht perfekt Deutsch - www.open.ac.uk/people/mtg78).

Hochachtungsvoll

a.o. Univ. Prof. Dr. Daniel Weghuber