

Werbeschränken für ungesunde Lebensmittel: 60 Organisationen fordern Unterstützung von FDP-Parteichef Christian Lindner für Kinderschutz-Gesetz

Berlin, 21. August 2023. 60 Organisationen appellieren an FDP-Parteichef Christian Lindner, die von Bundesernährungsminister Cem Özdemir geplanten Werbeschränken für Lebensmittel mit einem hohen Zucker-, Fett- oder Salzgehalt zu unterstützen. Mit „großer Sorge“ blicke man auf die ablehnenden Äußerungen von Parteivertreter:innen der FDP zu den Plänen für Kinderschutz, heißt es in dem offenen Brief an die Parteispitze, den zahlreiche Verbände, wie medizinisch-wissenschaftliche Fachgesellschaften, Kinderrechtsorganisationen, Eltern- und Pädagogikverbände, Verbraucherschutz- und Ernährungsorganisationen sowie Ärzteverbände und Krankenkassen unterzeichnet haben. Umfassende Werbeschränken für unausgewogene Lebensmittel seien ein wichtiges Instrument zur Förderung einer gesunden Ernährung bei Kindern, mahnt das Bündnis. Mit ihrer Blockadehaltung stelle sich die FDP gegen den einhelligen Konsens in der Wissenschaft und Zivilgesellschaft.

„Die Blockadehaltung der FDP beim Kinderschutz wirft kein gutes Licht auf die Partei und steht im Widerspruch zum liberalen Leitbild der Chancengerechtigkeit“, erklärt Barbara Bitzer, Geschäftsführerin der Deutschen Diabetes Gesellschaft (DDG) und Sprecherin der Deutschen Allianz Nichtübertragbare Krankheiten (DANK). *„Möglichst allen Kindern ein gesundes Aufwachsen zu ermöglichen und ernährungsbedingte Krankheiten zu verhindern, muss im ureigenen Interesse einer Wirtschaftspartei liegen. Werbeschränken für Ungesundes könnten einen Beitrag dafür leisten, wenn die FDP nicht länger auf der Bremse steht“,* fordert Bitzer.

Anders als FDP-Vertreter:innen es darstellten, seien Werbeschränken für ungesunde Lebensmittel weder eine Beschneidung der persönlichen Freiheit noch staatliche Bevormundung. Vielmehr beeinflusse Werbung für unausgewogene Produkte „nachweislich die Präferenzen, das Kaufverhalten und das Essverhalten von Kindern in negativer Weise“, schreiben die Organisationen in dem offenen Brief. „Wenn Kinder und Jugendliche – in Folge einer Regulierung – weniger Werbung für ungesunde Lebensmittel ausgesetzt werden, stärkt das die souveräne und freie Entscheidung der Familien über die Ernährungsweise ihrer Kinder“, so das Bündnis. Die FDP-geführten Ministerien blockieren seit Monaten das im Koalitionsvertrag vereinbarte Gesetzesvorhaben von Bundesernährungsminister Cem Özdemir in der Ressortabstimmung. Führende FDP-Vertreter:innen machen zudem öffentlich Stimmung gegen die Pläne.

„Deutschland hat mit der UN-Kinderrechtskonvention das Recht des Kindes auf das erreichbare Höchstmaß an Gesundheit anerkannt – es ist an der Zeit, auch im Bereich der Lebensmittelwerbung danach zu handeln. Die Ampel-Koalition sollte Kinder umfassend vor schädlichen werblichen Einflüssen schützen. Das ist keine Frage der Eigenverantwortung, Kinder sind schließlich keine kleinen Erwachsenen“, ergänzt Oliver Huizinga, Politischer Geschäftsführer der Deutschen Adipositas-Gesellschaft (DAG).

Mit ihrer Blockade konnten die Liberalen dem Ernährungsminister bereits Zugeständnisse abringen: Eigentlich hatte Özdemir geplant, die Werbung für unausgewogene Lebensmittel im TV und Hörfunk tagsüber zwischen 6 und 23 Uhr grundsätzlich zu untersagen. Auf Druck der FDP beschränkt sich die Regelung nun wochentags nur noch auf die Abendstunden, wenn besonders viele Kinder Medien nutzen. Auch für Plakatwerbung soll es nun lediglich eine 100-Meter-Bannmeile um Kitas und Schulen, nicht aber um Spielplätze und Freizeiteinrichtungen geben. Die FDP will jedoch auch den Kompromissvorschlag Özdemirs nicht unterstützen.

„Umfassende Werbeschränken für Ungesundes sind überfällig und dürfen nicht an einem falsch verstandenen Freiheitsbegriff scheitern. Ein Großteil der Verbraucher:innen befürwortet umfangreiche Regelungen zum Schutz der Kinder. Wer das Vorhaben als Bevormundung diskreditiert, vertritt nicht die Mehrheit und schon gar nicht die Eltern.“, sagt Ramona Pop, Vorstandin des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv).

Laut einer Studie der Universität Hamburg sehen mediennutzende Kinder zwischen drei und 13 Jahren pro Tag im Schnitt 15 Werbespots für ungesunde Lebensmittel. 92 Prozent der gesamten Werbung, die Kinder wahrnehmen, vermarktet ungesunde Lebensmittel wie Fast Food, Snacks oder Süßigkeiten. Allein die Süßwarenindustrie in Deutschland hat 2022 knapp eine Milliarde Euro für Werbung ausgegeben. Um Fehlernährung bei Kindern zu bekämpfen, empfahl die Weltgesundheitsorganisation (WHO) erst kürzlich, Junkfood-Werbung gesetzlich einzuschränken. Der WHO zufolge müssen Werbeschränken verbindlich sein, Kinder aller Altersgruppen schützen und auf konkreten Grenzwerten für Zucker, Fett und Salz basieren. Die Beschränkungen sollten die Exposition von Kindern gegenüber Werbung für Ungesundes verringern und dürften nicht allein im Umfeld von Kindersendungen greifen.

„Kinder leben nicht in einer Blase. Etwa jede Dritte der bei Kindern unter 14 Jahren beliebtesten Sendungen ist keine klassische Kindersendung, sondern ein Familienfilm, eine Castingshow oder eine Sportübertragung. Gerade in der abendlichen Primetime überschüttet die Lebensmittelindustrie Kinder mit Junkfood-Werbung – genau hier müssen die Werbeschränken greifen, sonst ist nichts gewonnen“, ergänzt Luise Molling von foodwatch.

Kinder essen mehr als doppelt so viel Süßigkeiten, aber nur halb so viel Obst und Gemüse wie empfohlen. Den letzten repräsentativen Messungen zufolge sind etwa 15 Prozent der Kinder und Jugendlichen von Übergewicht und sechs Prozent sogar von starkem Übergewicht (Adipositas) betroffen. Ihnen drohen im späteren Leben Krankheiten wie Typ-2-Diabetes, Gelenkprobleme, Bluthochdruck und Herzerkrankungen. Jeder siebte Todesfall in Deutschland ist laut Daten der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) auf ungesunde Ernährung zurückzuführen.

Den offenen Brief an die FDP-Parteispitze unterzeichneten:

- AOK-Bundesverband
- Aktion gegen den Hunger

- Arbeitsgemeinschaft Adipositas im Kindes- und Jugendalter (AGA) der DAG
- Arbeiterwohlfahrt Bundesverband (AWO)
- Berliner Landesarbeitsgemeinschaft Umwelt und Entwicklung (BLUE 21)
- Berufsverband der Kinder- und Jugendärzte (BVKJ)
- Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen (BDP)
- Bundesarbeitsgemeinschaft Kommunale Kinderinteressenvertretungen (BAG Kinderinteressen)
- Bundeselternvertretung der Kinder in Kindertageseinrichtungen und Kindertagespflege (BEVKi)
- Bundesvertretung der Medizinstudierenden in Deutschland (bvmd)
- Bundeszahnärztekammer (BZÄK)
- D•A•CH-Gesellschaft Prävention von Herz-Kreislauf-Erkrankungen
- Deutsche Adipositas-Gesellschaft (DAG)
- Deutsche Allianz Nichtübertragbare Krankheiten (DANK)
- Deutsche Diabetes Gesellschaft (DDG)
- Deutsche Diabetes Stiftung (DDS)
- Deutsche Gesellschaft für Demokratiepädagogik (DeGeDe)
- Deutsche Gesellschaft für Epidemiologie (DGEpi)
- Deutsche Gesellschaft für Ernährungsmedizin (DGEM)
- Deutsche Gesellschaft für Gastroenterologie, Verdauungs- und Stoffwechselkrankheiten (DGVS)
- Deutsche Gesellschaft für Hauswirtschaft (dgh)
- Deutsche Gesellschaft für Kardiologie (DGK)
- Deutsche Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin (DGKJ)
- Deutsche Gesellschaft für Medizinische Soziologie (DGMS)
- Deutsche Gesellschaft für Nephrologie (DGfN)
- Deutsche Gesellschaft für Sozialmedizin und Prävention (DGSMMP)
- Deutsche Krebshilfe
- Deutsche Liga für das Kind
- Deutsche Umwelthilfe (DUH)
- Deutsches Krebsforschungszentrum (DKFZ)
- Deutsches Kinderhilfswerk (DKHW)
- Deutsches Netzwerk Schulverpflegung (DNSV)
- Deutsches Netzwerk Versorgungsforschung (DNVF)
- Deutscher Frauenring (DFR)
- diabetesDE – Deutsche Diabetes-Hilfe
- Die Freien Bäcker
- FIAN Deutschland
- foodwatch Deutschland

- Forum Ökologie & Papier
- Gesellschaft für Pädiatrische Gastroenterologie und Ernährung (GPGE)
- Institut für Urban Public Health, Universitätsklinikum Essen
- Institut für Welternährung
- Internationaler Bund (IB)
- Jugend der Deutschen Lebens-Rettungs-Gesellschaft (DLRG-Jugend)
- Katholische Erziehergemeinschaft (KEG) Deutschlands
- Kompetenznetz Adipositas
- National Coalition Deutschland – Netzwerk zur Umsetzung der UN - Kinderrechtskonvention
- PAN International - Physicians Association for Nutrition
- Sarah Wiener Stiftung
- Slow Food Deutschland
- Spielmobile – Bundesarbeitsgemeinschaft der mobilen kulturellen Projekte
- Stiftung Bildung
- Stiftung Kindergesundheit
- Verband der Diabetes-Beratungs- und Schulungsberufe in Deutschland (VDBD)
- Verband der Diätassistenten (VDD)
- Verband Wohneigentum (VWE)
- VerbraucherService Bundesverband im Katholischen Deutschen Frauenbund
- Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv)
- WWF Deutschland
- Zentrum für Ernährungsmedizin und Prävention – ZEP, Krankenhaus Barmherzige Brüder München

Quellen und weiterführende Informationen:

- Offener Brief an die FDP-Parteispitze: Kinderschutz in der Lebensmittelwerbung unterstützen: [https://www.foodwatch.org/fileadmin/DE/Themen/Kinderernaehrung/Dokumente/Offener Brief an die FDP Kinderschutz in der Lebensmittelwerbung.pdf](https://www.foodwatch.org/fileadmin/DE/Themen/Kinderernaehrung/Dokumente/Offener_Brief_an_die_FDP_Kinderschutz_in_der_Lebensmittelwerbung.pdf)
- WHO-Empfehlungen für Werbeschränken zum Schutz von Kindern: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240075412>

Pressekontakt foodwatch:

Dario Sarmadi

E-Mail: presse@foodwatch.de

Mobil: +49 (0)174 / 3 75 16 89

Pressekontakt DAG/DDG/DANK:

Oliver Huizinga

E-Mail: presse@dank-allianz.de

Mobil: + 49 (0) 1515 127 19 21

Pressekontakt vzbv:

Malena Wiechers

E-Mail: presse@vzbv.de

Tel.: +49 (30) 258 00 525