

28. Januar 2020

UNGESUNDE LEBENSMITTEL NICHT AN KINDER VERMARKTEN

Umfrage: Verbraucher sprechen sich für klare Regeln aus

- 83 Prozent der Befragten befürworten Obergrenzen bei Zucker, Fett oder Salz, wenn Lebensmittel speziell Kinder ansprechen.
- Der vzbv fordert die Bundesregierung zum Handeln auf.
- Nährwertkriterien der Weltgesundheitsorganisation sollen als Grundlage dienen.

Comicfiguren auf den Cornflakes, bunte Knisterkugeln im Joghurt, Bärengeichter auf der Wurst – zahlreiche Produkte im Supermarkt sprechen besonders Kinder an. Doch ihr Gehalt an Zucker, Fett oder Salz ist oft alles andere als kindgerecht. Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) fordert die Bundesregierung zu einer strengeren gesetzlichen Regelung auf.

„Sind Lebensmittel zu süß, zu fettig, zu salzig, kann das Fehlernährung und Folgeerkrankungen den Weg ebnen. Davor müssen Kinder besser geschützt werden. Wenn Produkte nicht den Anforderungen der Weltgesundheitsorganisation entsprechen, dürfen sich Werbung und Aufmachung nicht speziell an Kinder richten“, sagt Klaus Müller, Vorstand des vzbv.

VERBRAUCHER FÜR STRENGERE REGELN

Verbraucherinnen und Verbraucher unterstützen dies: Laut einer aktuellen Umfrage von KantarEmnid im Auftrag des vzbv sprechen sich 83 Prozent der Befragten dafür aus, dass Lebensmittel, die sich in ihrer Aufmachung oder Gestaltung an Kinder richten, bestimmte Anteile an Zucker, Fett oder Salz nicht überschreiten dürfen.

Eine sinnvolle Orientierung bieten die Anforderungen der Weltgesundheitsorganisation, wonach nur Lebensmittel mit bestimmten Nährwertkriterien an Kinder beworben werden dürfen. Demnach sollen zum Beispiel Lebensmittel wie Süßigkeiten oder gezuckerte Soft-Drinks nicht an diese vermarktet werden. Joghurts dürfen nicht mehr als 10 Gramm Zucker pro 100 Gramm enthalten. Und Frühstückscerealien für Kinder sollten maximal 15 Gramm Zucker pro 100 Gramm enthalten.

VIEL ZUCKER IN KINDERLEBENSMITTELN

Pressestelle

Verbraucherzentrale
Bundesverband e.V.

Rudi-Dutschke-Straße 17
10969 Berlin

Tel. (030) 258 00-525

Fax (030) 258 00-522

presse@vzbv.de

www.vzbv.de

Die Realität im Supermarktregal sieht oft noch anders aus: Das Max-Rubner-Institut (MRI) fand zum Beispiel heraus, dass gerade Lebensmittel, die an Kinder gerichtet beworben werden, viel Zucker enthalten können. So kamen Frühstücksflocken für Kinder auf fast doppelt so viel Zucker wie die Produkte für Erwachsene. Der durchschnittliche Gesamtzuckeranteil in Cerealien mit einer an Kinder gerichteten Aufmachung lag 2016 laut MRI bei 29,2 Gramm.

Auf diese Weise werden schon die Jüngsten an einen süßen Geschmack gewöhnt. Fehlernährung und ernährungsmitbedingte Krankheiten können die Folge sein. Laut der Studie zur Gesundheit von Kindern und Jugendlichen in Deutschland (KiGGS) waren im Jahr 2017 zum Beispiel rund 15 Prozent der 3- bis 17-jährigen Kinder übergewichtig, etwa ein Drittel davon adipös.

VERBOT VON ZUCKER IN BABYTEES REICHT NICHT

Der Vorstoß von Bundesernährungsministerin Julia Klöckner Zuckerzusätze in Tees für Babys und Kleinkinder zu verbieten, greift aus Sicht des vzbv zu kurz. Müller: „Zucker in Babytees zu verbieten, ist zwar löblich. Aber dies umfasst nur ein winziges Marktsegment. Notwendig sind Vorgaben für alle Produkte, die in ihrer Aufmachung Kinder ansprechen.“

VZBV DISKUTIERT AUF DER INTERNATIONALEN GRÜNEN WOCHE

Die Regulierung von Lebensmitteln, die an Kinder vermarktet werden, ist eines von drei Themen, die der vzbv auf der Internationalen Grünen Woche mit Politik, Wissenschaft und Wirtschaft diskutiert. Unter dem Motto „Einfach gesünder? Ernährungspolitik in Deutschland auf dem Prüfstand“ wird es auf dem Verbraucherpolitischen Forum am heutigen Donnerstag, 23. Januar 2020, auch um die Einführung des Nutri-Scores und die Reduktion von Zucker, Fett und Salz in Fertiglernmitteln gehen. Mehr zum Termin: <https://www.vzbv.de/termin/einfach-gesuender-ernaehrungspolitik-deutschland-auf-dem-pruefstand>

Für weitere Informationen

Carolin Krieger | Referentin Team Lebensmittel

Franka Kühn | Leiterin Team Kommunikation und Pressesprecherin

Tel. (030) 258 00-525

presse@vzbv.de