



DDG
Deutsche Diabetes Gesellschaft

diabetesDE
**DEUTSCHE
DIABETES
HILFE**



PRESSEMITTEILUNG

Adipositas- und Diabetes-Experten fordern vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL):

Schluss mit Marketing-Wildwuchs für Dickmacher – Minderjährige gesetzlich schützen!

München/Berlin, 04. April 2018 – Die Deutsche Adipositas-Gesellschaft (DAG), Deutsche Diabetes Gesellschaft (DDG) und diabetesDE – Deutsche Diabetes-Hilfe unterstützen die Forderung von foodwatch an das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, gegen das „Influencer-Marketing“ von Coca Cola und anderen Anbietern nachweislich übergewichtsfördernder Lebensmittel und Getränke auf Youtube und Instagram vorzugehen und Jugendliche endlich besser zu schützen. Nach einer neuen britischen Studie unter 11 bis 19-Jährigen geben mehr als die Hälfte schwer übergewichtiger Jugendlicher an, sich durch Werbung massiv unter Druck gesetzt zu fühlen, Ungesundes zu konsumieren; normalgewichtige Jugendliche sahen dies zu 40 Prozent ebenso. Der stärkste Einflussfaktor in der Umwelt des Menschen auf den Kalorienverzehr sei die Werbung, so der aktuelle Report von Cancer Research UK².

„Minderjährige und junge Erwachsene lernen heute zunehmend durch Werbung in ihren bevorzugten Social Media-Kanälen, dass Junk Food, Cola, Limo & Co. hippe Lebensfreude verheißen – stattdessen besteht international wissenschaftlicher Konsens: Junk Food, Cola, Limo & Co. machen langfristig dick und krank. Ein gesetzlicher Schutz Minderjähriger vor Animation zu ungesundem Konsum durch Werbung ist längst überfällig“, so Professor Dr. med. Matthias Blüher, DAG-Präsident. „Wieder einmal zeigt sich, dass Selbstverpflichtungen der Industrie keinesfalls zu verantwortungsvollem Marketing führen; das Animieren junger Menschen mit Internet-Helden und Sportidolen kann nur durch gesetzliche Vorgaben eingedämmt werden“, bekräftigt auch Professor Dr. med. Baptist Gallwitz, Pressesprecher der DDG. „Die WHO Europe hat den Regierungen mit ihrem Nährwert-Profil ein einfaches Raster an die Hand gegeben, anhand dessen auf einen Blick ersichtlich ist, welche Getränke und verarbeiteten Lebensmittel an Minderjährige vermarktet werden dürfen und welche nicht. Die Bundesregierung sollte sich endlich entschließen, dieses auch anzuwenden“, so Dr. med. Jens Kröger, Vorstandsvorsitzender von diabetesDE – Deutsche Diabetes-Hilfe.

Durch „Product placements“ ungesunder Lebensmittel in eigenen Videos und Posts jugendlicher Idole mit hoher Internet-Reichweite („Influencern“) werden gezielt Nachahmereffekte und Konsumbedürfnisse in deren Netzwerken geweckt – also bei Millionen von Minderjährigen und jungen Erwachsenen.

Der aktuelle Report von Cancer Research UK² belegt, dass sich Werbung für Junk Food auszahlt: Sehen junge Menschen nur eine Junk-Food Werbung am Tag, erhöht sich der Kalorienverzehr durchschnittlich um 18 000 Kalorien pro Jahr. Von allen Werbekanälen war die Nutzung von sozialen Medien am effektivsten: Dort gezeigte Werbung war übergewichtigen Jugendlichen am meisten präsent in Erinnerung geblieben. Die Korrelation Bildschirmzeit und Adipositas besteht nicht mehr, sobald Streamingdienste ohne Werbeblöcke angeschaut werden. Das Übergewichtsrisiko verdoppelt sich, wenn ein Minderjähriger sich daran erinnern kann, mindestens eine Werbung pro Tag gesehen zu haben, im Vergleich zu einem Minderjährigen, der sich an keine solche Werbung im Verlauf eines Monats erinnern kann, so der Report.

„Wir plädieren für generelle Werbeverbote für übergewichtfördernde Lebensmittel und Getränke, die sich an Minderjährige richten, weil Minderjährige heute geradezu einem Sperrfeuer von Junk Food Marketing in Social Media-Kanälen ausgesetzt sind und sich dagegen nicht wehren können. Auch Eltern, Lehrer und Erzieher kommen dagegen nicht an“, so Adipositasexperte Blüher. Jegliche Versuche in Familie, Kita und Schule, Minderjährigen gesunde Ernährung schmackhaft zu machen, werden so im Keim erstickt und tagtäglich konterkariert.

„Tatsache ist, dass wir derzeit keine funktionierende Kontrolle für verantwortungsvolles Kindermarketing in Deutschland haben. Auf die Beschwerde der Deutschen Diabetes Gesellschaft und foodwatch beim Deutschen Werberat³ hinsichtlich der Coca-Cola-Kampagne mit Fußballhelden auf Coladosen und Sammelbildchen bei der Fußballweltmeisterschaft 2016 haben wir die Antwort erhalten, die Werbung richte sich nicht an Minderjährige, sondern an junge Erwachsene. Das ist nicht nur ärgerlich, sondern dreist und aberwitzig“, so Gallwitz.

„Im Koalitionsvertrag wird ausgeführt, dass ‚an Kinder gerichtete Werbung der kritischen Beobachtung [bedarf]‘ – das reicht aber nicht aus. Wir brauchen einen gesetzlichen Schutz von Minderjährigen vor der ständigen Verführung zu ungesundem Konsum! Dazu gehören eine effektive Kontrolle und im Notfall auch Sanktionsmöglichkeiten. Die Entscheidung, welche Lebensmittel an Minderjährige vermarktet werden dürfen und welche nicht, ist mit dem WHO Europe Nährwertprofil 2015⁴ einfach – nun muss es auch zur Anwendung kommen!“, fordert Dr. Jens Kröger von diabetesDE – Deutsche Diabetes-Hilfe und weist darauf hin, dass die WHO den Begriff „Kind“ für den Altersbereich von 0-18 Jahren definiert hat.

Blüher, Gallwitz und Kröger unisono: „Zu den Aufgaben unserer neuen Ernährungsministerin Frau Klöckner gehört nicht nur die Sicherung der Absatzmärkte der Ernährungswirtschaft, sondern auch der gesundheitliche Verbraucherschutz. Wir sind gespannt, ob es Frau Klöckner gelingt, diesen Interessenskonflikt so auszugleichen, dass die Ernährungswirtschaft zukünftig weniger Teil des Problems ist, sondern Teil der Lösung wird – und so zum Schutz der Gesundheit unserer Kinder beitragen kann.“

Quellen:

1. Foodwatch [Hrsg.]:
Der Coca-Cola-Report. (April 2018)
<https://www.foodwatch.org/de/informieren/zucker-fett-co/mehr-zum-thema/coca-cola-report/>
2. Cancer Research UK: „Under pressure“. New Evidence on Young People’s Broadcast Marketing Exposure in the UK“ (März 2018)
http://www.cancerresearchuk.org/sites/default/files/under_pressure_-_a_study_of_junk_food_marketing_and_young_peoples_diets_0.pdf
3. <https://www.deutsche-diabetes-gesellschaft.de/nc/presse/ddg-pressemeldungen/meldungen-detailansicht/article/beschwerde-beim-deutschen-werberat-foodwatch-und-deutsche-diabetes-gesellschaft-fordern-stopp-von->

c.html?cHash=34e70a5cb4bdaed30cf70dd1b519f8fb&sword_list%5B0%5D=dfb&sword_list%5B1%5D=2016

4. http://www.euro.who.int/_data/assets/pdf_file/0005/270716/Nutrient-children_web-new.pdf?ua=1

Ihre Kontakte für Rückfragen:

Die Deutsche Adipositas Gesellschaft e.V. (DAG) versteht sich als Fachgesellschaft von Wissenschaftlern und therapeutisch tätigen Experten, die sich dem Krankheitsbild Adipositas (starkes Übergewicht) widmen. Der gemeinnützige Verein hat sich vorrangig zum Ziel gesetzt, Forschung, wissenschaftliche Diskussion, Weiterbildung und wissenschaftlichen Nachwuchs im Bereich Adipositas zu fördern sowie Konzepte und Leitlinien zu Prävention, Diagnose und Therapie der Adipositas zu entwickeln. Neben der Veranstaltung von Fachtagungen engagiert sich die DAG berufspolitisch, forschungspolitisch und gesundheitspolitisch. Fachorgane der DAG sind die Zeitschriften "Adipositas" (Schattauer Verlag) und "Obesity Facts" (Karger Verlag).

Ein aktueller Tätigkeitsschwerpunkt der DAG ist es, Politik und Öffentlichkeit auf die „Public Health“-Aspekte der Adipositas hinzuweisen.

Eine Tochterorganisation der DAG ist die Arbeitsgemeinschaft Adipositas im Kindes- und Jugendalter (AGA) (www.a-g-a.de).

Die DAG ist die deutsche Mitgliedsorganisation der World Obesity Federation (www.worldobesity.org), der European Association for the Study of Obesity (www.easoobesity.org) sowie Mitgliedsorganisation der Arbeitsgemeinschaft der Wissenschaftlichen Medizinischen Fachgesellschaften (AWMF), der Plattform Ernährung und Bewegung e.V. (www.ernaehrung-und-bewegung.de) und der Deutschen Allianz Nichtübertragbarer Krankheiten (DANK) (<http://www.dank-allianz.de/>).

Pressestelle Deutsche Adipositas-Gesellschaft (DAG):

Dr. Stefanie Gerlach (Mediensprecherin im Vorstand der DAG)

Tel.: 0163/ 8534731

Email: pressestelle@adipositas-gesellschaft.de

Geschäftsstelle Deutsche Adipositas-Gesellschaft:

Fraunhoferstr. 5

82152 Martinsried-Planegg

Tel.: 089-710 48 358 (bis 12.00 Uhr)

E-Mail: info@adipositas-gesellschaft.de

Webseite: www.adipositas-gesellschaft.de

Facebook: <https://www.facebook.com/AdipositasGesellschaft?fref=ts>

Die Deutsche Diabetes Gesellschaft (DDG) ist mit fast 9.000 Mitgliedern eine der großen medizinisch-wissenschaftlichen Fachgesellschaften in Deutschland. Sie unterstützt Wissenschaft und Forschung, engagiert sich in Fort- und Weiterbildung, zertifiziert Behandlungseinrichtungen und entwickelt Leitlinien. Ziel ist eine wirksamere Prävention und Behandlung der Volkskrankheit Diabetes, von der mehr als sechs Millionen Menschen in Deutschland betroffen sind. Zu diesem Zweck unternimmt sie auch umfangreiche gesundheitspolitische Aktivitäten.

Kontakt für Journalisten:

Pressestelle DDG

Kerstin Ullrich

Postfach 30 11 20, 70451 Stuttgart

Tel.: 0711 8931-641/552, Fax: 0711 8931-167

ullrich@medizinkommunikation.org

Deutsche Diabetes Gesellschaft (DDG)

Geschäftsstelle

Albrechtstraße 9, 10117 Berlin

Tel.: 030 3116937-0, Fax: 030 3116937-20

info@ddg.info

www.ddg.info

diabetesDE – Deutsche Diabetes-Hilfe ist eine gemeinnützige und unabhängige Organisation, die Menschen mit Diabetes, Diabetesberater, Ärzte und Forscher vereint. Gemeinsam schaffen wir Öffentlichkeit für das Thema und vertreten die Interessen der Menschen mit Diabetes. Wir setzen uns für eine bessere Prävention, Versorgung und Forschung im Kampf gegen die Volkskrankheit Diabetes ein. Die Krankheit breitet sich auch in Deutschland rasch aus. 6 Millionen Menschen sind in Behandlung, und jeden Tag kommen fast 1000 Neuerkrankte hinzu.

Gegründet wurde diabetesDE – Deutsche Diabetes-Hilfe von der Deutschen Diabetes Gesellschaft (DDG) www.ddg.info und dem Verband der Diabetes-Beratungs- und Schulungsberufe in Deutschland (VDBD) www.vdbd.de. Die Selbsthilfe ist innerhalb von diabetesDE durch die selbstständige Selbsthilfeorganisation Deutsche Diabetes-Hilfe – Menschen mit Diabetes (DDH-M) www.ddh-m.de vertreten.

Spendenkonto 60 60, Bank für Sozialwirtschaft (BLZ 100 20 500)

diabetesDE – Deutsche Diabetes-Hilfe

Nicole Mattig-Fabian (Geschäftsführung)
Albrechtstraße 9
10117 Berlin
Tel.: +49 (0)30 201677-12
Fax: +49 (0)30 201677-20
E-Mail: mattig-fabian@diabetesde.org

www.diabetesde.org

www.deutsche-diabetes-hilfe.de

Pressestelle diabetesDE – Deutsche Diabetes-Hilfe

Julia Hommrich
Pf 30 11 20, 70451 Stuttgart
Tel.: +49 (0)711 8931-423
Fax: +49 (0)711 8931-167
E-Mail: hommrich@medizinkommunikation.org