

P R E S S E M I T T E I L U N G

Werbung steigert Kalorienaufnahme bei Kindern

Studien: Kinder essen mehr, wenn sie Snack-Spots gesehen haben. Ampelkennzeichnung fördert gesünderen Konsum.

Berlin, 12.7.2018 – Die Deutsche Allianz Nichtübertragbare Krankheiten (DANK) begrüßt die Forderung der Verbraucherschutzministerkonferenz, gegen an Kinder gerichtete Werbung für energiereiche Lebensmittel vorzugehen. Eine aktuelle Studie aus Australien zeigt, dass Kinder schon durch eine kurze Werbeeinwirkung messbar mehr Kalorien pro Tag zu sich nehmen. „Die Politik muss endlich Kinder vor dieser gesundheitsschädlichen Beeinflussung schützen“, sagt DANK-Sprecherin Barbara Bitzer.

Jedes siebte Kind in Deutschland ist laut KiGGS-Studie zu dick: Über 15,4% der Kinder und Jugendlichen zwischen drei und 17 Jahren sind übergewichtig, rund 5,9% sogar adipös ([Schienkiewitz et al 2018](#)). In dem Experiment der Universitäten Sydney, Liverpool und Wollongong wurden 160 Kinder eines Feriencamps zufällig in vier Gruppen eingeteilt ([Norman et al 2018](#)). Gruppe 1 sah täglich einen 10-minütigen Film mit Werbeunterbrechungen für ungesunde Produkte wie Frühstücksflocken, ein Burger-Menü oder Schokoladencreme. Gruppe 2 spielte zusätzlich noch ein kurzes Computerspiel mit ähnlicher Werbung. Gruppe 3 und 4 erhielten dieselbe Intervention, sahen aber Werbung für andere Produkte (Non-Food). Gemessen wurde dann, wie viel die Kinder bei Frühstück und Mittag sowie in einer Snackpause direkt nach dem Film/Spiel essen.

Ergebnis: Kinder, die in TV und Computerspiel Werbung für ungesunde Produkte sahen, aßen am Tag durchschnittlich 46 kcal mehr als die Kinder der beiden Kontrollgruppen. Besonders ausgeprägt war der Effekt bei bereits übergewichtigen Kindern – sie aßen 95 kcal mehr. Dabei wurden nicht einmal die beworbenen Produkte angeboten: Die Werbung verführte die Kinder offenbar generell dazu, mehr zu essen. Bietet man den Kindern genau den beworbenen Snack an, fällt der Effekt noch dramatischer aus – das zeigt eine Studie aus den USA mit 60 Vorschulkindern ([Jennifer et al 2016](#)). Sie konsumierten mit Snack-Werbung 30% mehr Kalorien als ohne.

Die Studien bestätigen die Befunde vieler anderer Untersuchungen mit Kindern, die ebenfalls einen erhöhten Nahrungsmittelkonsum nach Werbung feststellen ([Boyland und Whalen](#)



[2015](#)). „Wissenschaftlich ist hinreichend erwiesen, wie schädlich Snack-Werbung für Kinder ist“, sagt Prof. Dr. med. Hans Hauner, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Diabetes Stiftung, „es ist deshalb nicht zu erklären, dass wir das als Gesellschaft immer noch zulassen.“ Die DANK fordert die Bundesregierung auf, Werbung für ungesunde Produkte für Kinder generell zu verbieten.

Umgekehrt, auch das zeigen Studien, kann der Lebensmittelkonsum durch verständlichere Nährwertinformationen auch positiv beeinflusst werden. Die Experten begrüßen daher die Ankündigung des Herstellers Danone, ab 2019 das fünfstufige Ampelsystem „Nutri-Score“ auch in Deutschland einzuführen. Mehrere Studien in Online- und realen Supermärkten haben gezeigt, dass sich dadurch die Nährwertqualität des eingekauften Warenkorbs um 6 bis 9% verbessert ([Chantal und Hercberg 2017](#)) – auch bei Personen mit geringem Einkommen. „Die Ergebnisse zeigen, dass die derzeitige Kennzeichnung in Deutschland, kleingedruckt und auf der Rückseite der Verpackung, nicht ausreicht“, sagt Bitzer, die auch Geschäftsführerin der Deutschen Diabetes Gesellschaft ist: „Verbraucher haben das Recht auf verständlichere Informationen – dann treffen sie auch gesündere Kaufentscheidungen.“ Die DANK fordert ein verpflichtendes Ampelsystem in Deutschland. Dies wird, ebenso wie ein Verbot von an Kinder gerichtetes Marketing für dickmachende Produkte, auch von der Weltgesundheitsorganisation empfohlen.

Studie im Feriencamp: Norman J et al: Int J Behav Nutr Phys Act. 2018; 15: 37. <https://doi.org/10.1186/s12966-018-0672-6>

Studie mit Vorschulkindern: Jennifer A et al: Pediatrics. 2016 Dec; 138(6): e20162361. <https://doi.org/10.1542/peds.2016-2361>

Studie zur Lebensmittelkennzeichnung: Chantal J, Hercberg S: Nutr J. 2015; 14: 100. <https://doi.org/10.1186/s12937-015-0090-4>

Rückfragen: Barbara Bitzer, Tel. 030 / 311 69 37 11
Prof. Dr. Hans Hauner, Tel. 0170 / 441 52 35
Pressestelle: Katrin Bindeballe, Tel. 030 / 311 69 37 24

Die Deutsche Allianz Nichtübertragbare Krankheiten (DANK) ist ein Zusammenschluss von 22 medizinisch-wissenschaftlichen Fachgesellschaften, Verbänden und Forschungseinrichtungen, der sich für Maßnahmen zur Verhinderung von Krankheiten wie Adipositas, Diabetes, Krebs und Herz-Kreislaufkrankheiten einsetzt. www.dank-allianz.de