



Antrag

der Abgeordneten **Kathrin Sonnenholzner, Ruth Müller, Kathi Petersen, Ruth Waldmann, Susann Biedefeld, Doris Rauscher SPD**

Irreführende Werbung für sogenannte „Kinderlebensmittel“ verbieten

Der Landtag wolle beschließen:

Die Staatsregierung wird aufgefordert, sich über eine Initiative im Bundesrat für ein Verbot von irreführender Werbung für Lebensmittel einzusetzen, die vor allem von Kindern konsumiert werden.

Insbesondere soll sich die Staatsregierung dafür einsetzen, dass im Anhang zu § 3 Abs. 3 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) folgender Punkt 31 neu aufgenommen wird: „die Bewerbung von Lebensmitteln, denen künstlich Zucker zugesetzt wurde, als Kinderlebensmittel.“

Begründung:

Die Frage, ob Kinder Kinderlebensmittel brauchen, wird im „Bayerischen Verbraucherportal“ – einer Homepage des Staatsministeriums für Umwelt und Verbraucherschutz – mit einem klaren Nein beantwortet (<http://www.vis.bayern.de/ernaehrung/lebensmittel/gruppen/kinderlebensmittel.htm>): „Kinderlebensmittel bringen weder einen zusätzlichen Nutzen, noch stellen sie eine gleichwertige Alternative für herkömmliche Lebensmittel dar.“ Insbesondere den Zusatz verschiedener Zuckerformen schätzt das „Bayerische Verbraucherportal“ als problematisch ein.

Bestimmte Lebensmittel erwecken den Anschein, „gesund“ zu sein, appellieren aber vor allem an den kindlichen Appetit auf Süßes und sind somit alles andere als gesundheitsförderlich. Dazu zählen beispielsweise Frühstücksflocken für Kinder. In einer Untersuchung der Organisation foodwatch zeigte sich, dass 85 Prozent dieser sogenannten Cerealien einen Zuckergehalt von mindestens 20 Prozent aufweisen. Die Stiftung Warentest kommt nach einem Test von 30 Frühstückscerealien zum Schluss, dass keines dieser Produkte als Frühstück für Kinder zu empfehlen ist und die meisten viel zu süß seien. Der durchschnittliche Zuckergehalt der von der Stiftung Warentest analysierten Cerealien lag bei 32,5 Prozent, der

höchste Zuckergehalt bei 49 Prozent. Durch den Konsum einer einzigen Portion von 100 g wäre damit die von der Weltgesundheitsorganisation (WHO) für Jugendliche empfohlene Tagesdosis an Zucker (36 g bis 55 g für Mädchen; 40 g bis 65 g für Jungen) bereits annähernd erreicht. Die Verbraucherzentralen empfehlen, dass Kinder möglichst wenig mit Werbung für spezielle Kinderprodukte in Kontakt kommen sollten. Eine gesetzliche Regelung irreführender Werbung für Lebensmittel, die vor allem von Kindern konsumiert werden, ist daher unter präventiven Gesichtspunkten dringend geboten. Der derzeitige, durch das Lebensmittelrecht gesetzte rechtliche Rahmen, reicht offenbar nicht aus, um die Bewerbung von Lebensmitteln mit zweifelhaftem gesundheitlichem Nutzen als „Kinderlebensmittel“ zu verhindern.

Aufgrund des chronischen Charakters der kindlichen Adipositas und weil keine der vorhandenen Behandlungsmethoden einen lebenslangen Erfolg sicherstellen kann, ist Prävention die derzeit beste Therapieoption. Übermäßiger Konsum von stark zuckerhaltigen Lebensmitteln wie Limonaden oder Schokoriegeln ist ein Risikofaktor für kindliche Adipositas und für verschiedene Erkrankungen im Erwachsenenalter wie Diabetes. Insgesamt sind in Deutschland 15 Prozent der Kinder und Jugendlichen von 3 bis 17 Jahren übergewichtig, und 6,3 Prozent leiden unter Adipositas. Hochgerechnet auf Bayern, entspricht dies einer Zahl von ca. 300.000 übergewichtigen Kindern und Jugendlichen, davon ca. 125.000 Adipösen. Verglichen mit Zahlen aus den 1980er- und 1990er-Jahren hat sich in der Gruppe der Kinder und Jugendlichen der Anteil der Übergewichtigen (Adipöse eingeschlossen) um 50 Prozent erhöht (Kurth, B.-M., Schaffrath Rosario, A.: Die Verbreitung von Übergewicht und Adipositas bei Kindern und Jugendlichen in Deutschland. Bundesgesundheitsblatt 2007, S. 736-742). In einer Meta-Analyse von annähernd 70 internationalen Studien konnte gezeigt werden, dass hoher Zuckerkonsum z.B. in Form von Erfrischungsgetränken eine signifikante Zunahme des Körpergewichts bewirkt (Te Morenga, L., Mallard, S., Mann, J.: Dietary sugars and body weight: systematic review and meta-analyses of randomised controlled trials and cohort studies. BMJ 2012; 345: e7492). Der zusätzliche Konsum einer Portion eines zuckerhaltigen Erfrischungsgetränks führt sowohl bei Kindern als auch bei Erwachsenen zu einer signifikanten Gewichtszunahme – so das Ergebnis einer Auswertung von 32 internationalen Studien (Malik, V.S., Pan, A., Willett, W.C., Hu, F.B.: Sugarsweetened beverages and weight gain in children and adults: a systematic review and meta-

analysis. Am. J. Clin. Nutr. 2013; 98: 1084-1102). Der Konsum von zuckerhaltigen Erfrischungsgetränken ist unter Jugendlichen stärker verbreitet, als unter Erwachsenen, und Personen mit niedrigem Sozialstatus trinken häufiger zuckerhaltige Getränke. Der übermäßige Konsum von zuckerhaltigen Erfrischungsgetränken erhöht das Risiko, an Diabetes mellitus Typ II zu erkranken und er fördert die Bildung von Karies (Robert Koch Institut: Gesundheitsberichterstattung (GBE) Kompakt 1/2013 4. Jahrgang). Dementsprechend empfiehlt die Weltgesundheitsorganisation in

einer aktuellen Richtlinie, den Zuckerkonsum auf 10 Prozent der gesamten Kalorienaufnahme zu reduzieren. Langfristig sollte der Zuckeranteil an der Nahrung auf 5 Prozent reduziert werden (Guidelines: Sugars intake for adults and children. Geneva: World Health Organization; 2015). Derzeit liegt der Zuckeranteil der Ernährung in Deutschland etwa bei 20 Prozent; intake for adults and children. Geneva: World Health Organization; 2015). Derzeit liegt der Zuckeranteil der Ernährung in Deutschland etwa bei 20 Prozent.