

Dänemark macht ernst: Verbot für Junkfood-Werbung an Kinder geplant!

Dänemark plant ein Verbot von Junkfood-Werbung für Kinder, um gesundheitliche Risiken und Übergewicht zu bekämpfen.



Dänemark - Die dänische Regierung plant ein umfassendes Verbot von Werbung für ungesunde Lebensmittel, um Kinder vor ungesunden Kaufentscheidungen zu schützen.

Wirtschaftsminister Morten Bødskov betont, dass ohne solche Maßnahmen Kinder vermehrt in die Irre geführt werden, was gesundheitliche Folgen haben kann. Aktuell setzt Dänemark auf freiwillige Selbstkontrollen der Industrie, die es Unternehmen ermöglichen, Werbung für Junkfood an Kinder unter 13 Jahren zu vermeiden, doch dieses Konzept wurde häufig unterlaufen, insbesondere durch einflussreiche Social-Media-Personen.

Der Einfluss von Social Media auf das Ernährungsverhalten von Kindern nimmt immer mehr zu. Ein Beispiel hierfür ist ein

umstrittener Wettbewerb eines Chipsherstellers, der aufgrund öffentlicher Kritik eingestellt werden musste. Bødskov weist darauf hin, dass Werbung auf Plattformen wie YouTube und Instagram Kinder gezielt anspricht und sie dazu verleitet, ungesunde Produkte zu konsumieren.

Steigende Adipositasraten und internationale Vergleiche

Die Adipositasraten in Dänemark steigen seit Jahren, und Prognosen deuten darauf hin, dass bis 2045 zwei von drei Erwachsenen übergewichtig sein könnten. Die dänische Regierung bezieht sich auf Daten der WHO, die den Zusammenhang zwischen Werbung und Konsumverhalten von Kindern belegen. Um dem entgegenzuwirken, plant die Regierung, ein Verbot einzuführen und damit ein Signal an andere europäische Staaten zu senden.

Die Problematik ist nicht auf Dänemark beschränkt. Studien zeigen, dass Kinder und Jugendliche in Deutschland durch Medien und Werbung erheblich beeinflusst werden. So sehen Kinder zwischen 3 und 13 Jahren durchschnittlich 15 Lebensmittelwerbungen pro Tag, wobei 92% dieser Werbung ungesunde Produkte betrifft. Hierbei spielt auch der Einfluss von Influencern eine entscheidende Rolle: 67% des Videocontents für Junkfood auf YouTube wird von diesen beworben, was den Konsum beworbener Produkte nachweislich erhöht.

Regulierungsbedarf und internationale Vorbilder

Die Experten der Deutschen Allianz Nichtübertragbare Krankheiten und des AOK-Bundesverbands fordern ähnliche gesetzliche Maßnahmen, um den Einfluss ungesunder Werbung einzuschränken. In Ländern wie Chile zeigen gesetzliche Regulierungen Wirkung und führten zu einem Rückgang des Junkfood-Verzehrs. Eine umfassende Maßnahmenbündelung, zu

der unter anderem auch eine Softdrink-Steuer gehört, wird als notwendig erachtet, um Kinder besser zu schützen.

Zusätzlich zeigen Studien, dass unangebrachte Werbeinhalte das Risiko für Übergewicht und Adipositas erhöhen. Eine Analyse der Medizinischen Universität Wien belegt, dass etwa 50% der Online-Inhalte von Lebensmittelmarken sich direkt an Kinder und Jugendliche richten. Der überwiegende Teil dieser Werbung ist für Kinder ungeeignet, was die Dringlichkeit von Regulierungen unterstreicht. Besonders hervorzuheben sind die häufig beworbenen Produkte wie Schokolade, Süßwaren und Limonaden, die für ein gesundes Ernährungsverhalten kontraproduktiv sind.

Insgesamt wird klar, dass umfassende Maßnahmen zur Regulierung der Lebensmittelwerbung an Kinder und Jugendliche unerlässlich sind, um die steigenden Raten von Übergewicht und Adipositas einzudämmen, und dass ein Verbot von Werbung für ungesunde Lebensmittel längst überfällig ist.

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ursache	Werbung, Einfluss von Social-Media
Ort	Dänemark
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• exxpress.at• deutsch.medscape.com• www.gesundheit.gv.at

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at