

PRESSEMITTEILUNG

17. Diabetes Herbsttagung der Deutschen Diabetes Gesellschaft (DDG) in Kooperation mit der Deutschen Gesellschaft für Ernährungsmedizin (DGEM)

Kindergesundheit im Ausverkauf?

Warum die Pläne zum Kinderschutz in der Lebensmittelwerbung nicht scheitern dürfen

Berlin – 15 Mal täglich – so oft bekommen Kinder unter 14 Jahren im Durchschnitt Werbung für Süßigkeiten, Softdrinks oder andere ungesunde Lebensmittel dargeboten. Dieser Dauerverführung in Radio, Fernsehen oder im Netz können sich die jungen Menschen kaum entziehen. Zugleich ist bereits jedes 7. Kind in Deutschland übergewichtig. Auch wenn ein direkter Zusammenhang zwischen Werbung für Ungesundes und kindlichem Übergewicht nicht immer leicht nachzuweisen ist, gilt er in der Forschung mittlerweile als gut belegt. Zusammen mit mehr als 60 Fachgesellschaften, Verbänden und Organisationen tritt die Deutsche Diabetes Gesellschaft (DDG) daher für mehr Kinderschutz in der Lebensmittelwerbung ein. Was das konkret bedeutet und welche Schritte von politischer Seite erforderlich sind, werden Expertinnen und Experten auf der morgigen [Online-Pressekonferenz im Vorfeld der diesjährigen Diabetes Herbsttagung](#) diskutieren.

Eine hochkalorische, fett-, salz- und zuckerreiche Ernährung gilt als Hauptursache dafür, dass immer mehr Menschen in immer jüngeren Jahren stark übergewichtig oder adipös werden. „Kinder aus sozial schwachen Verhältnissen sind hiervon und von den damit einhergehenden Folgeerkrankungen besonders betroffen“, sagt Barbara Bitzer, Geschäftsführerin der DDG und Sprecherin der Deutschen Allianz Nichtübertragbare Krankheiten (DANK). Hier ist die Politik gefragt, ein Umfeld zu schaffen, dass es Kindern leichter macht, sich gesund zu ernähren und Anreize für Ungesundes einzudämmen. Denn in der Kindheit eingeprägte Ernährungsgewohnheiten seien später nur schwer zu ändern, so Bitzer. Und das kann gravierende Folgen haben: Übergewicht und Adipositas sind große Risikofaktoren für die Entstehung weiterer Erkrankungen wie Typ-2-Diabetes. Die veränderte Stoffwechsellage führt auch zu einer Schädigung der Blutgefäße und steigert das Risiko für Herzinfarkt und Schlaganfall. „Mit 1,3 Millionen Todesfällen pro Jahr zählen Übergewicht und starkes Übergewicht bereits heute zu den häufigsten Todesursachen in Europa“, so Bitzer.

In der bunten Welt der Werbung werden diese Folgen naturgemäß ausgeklammert. Hier scheinen sich Spaß, Geselligkeit und ungebremste Lebensfreude fast zwangsläufig einzustellen, wenn man nur genug Schokoriegel, Fertigpizzas, Chips und süße Getränke zu sich nimmt. Gerade Kinder sind besonders anfällig für diese – durchweg von schlanken Menschen und prominenten Influencern präsentierten – Botschaften. „Es ist daher nicht hinzunehmen, dass die Zahl der Werbespots für ungesunde Snacks ausgerechnet im Umfeld von Kinder- oder Familiensendungen besonders hoch ist“, sagt Bitzer, die das Thema auf der Pressekonferenz vorstellen wird. 92 Prozent der Lebensmittelwerbung, die Kinder sehen, werben für ungesunde Lebensmittel.

Nachdem alle Appelle an die Hersteller von Süßwaren und Snacks, die Werbung für ihre Produkte freiwillig zu begrenzen, ergebnislos geblieben sind, hat Bundesernährungsminister Cem Özdemir bereits vor Monaten Pläne für ein Gesetz vorgestellt, das Beschränkungen für an Kinder gerichtete Lebensmittelwerbung verbindlich vorschreiben soll. Demnach sollte Werbung für Lebensmittel, die nicht dem

Nährwertprofil der Weltgesundheitsorganisation (WHO) entsprechen, unter anderem wochentags zwischen 17 und 22 Uhr nicht gezeigt werden dürfen. „Auch wenn der ursprüngliche Entwurf bereits abgemildert wurde, haben die vorgeschlagenen Maßnahmen das Potenzial, Kinder vor schädlichen Werbeeinflüssen zu schützen“, sagt Bitzer. „Ganz wichtig ist, dass die Beschränkungen auch die Abendstunden einschließen, denn Kinder sehen nicht nur Kindersendungen, sondern insbesondere Familienfilme, Castingshows oder Sportübertragungen, die zumeist am Abend ausgestrahlt werden.“ Influencer auf YouTube, Instagram oder Facebook sollten dagegen nur noch für Gesundes werben dürfen.

„Dass solche Werbeschränkungen funktionieren, machen andere Länder seit Jahren vor“, sagt DANK Sprecherin Bitzer. Leider tue sich die deutsche Regierungskoalition jedoch schwer damit, den von Özdemir vorgelegten Vorschlag zu unterstützen – es gibt noch immer keinen Gesetzentwurf und die vom BMEL vorgestellten Eckpunkte drohen, vor allem durch den Einfluss der FDP, stark verwässert zu werden. „Hier macht man sich die Argumente der Industrie zu eigen, die den Zusammenhang zwischen Werbung und Ernährungsverhalten gegen alle wissenschaftliche Evidenz leugnet“, so Bitzer. Umso wichtiger sei es, das Thema von Expertenseite immer wieder in die Politik zu tragen. Auch auf der bevorstehenden Diabetes Herbsttagung werde es reichlich Gelegenheit geben, wissenschaftlich fundiert über eine sinnvolle Ausgestaltung von Werbeschränkungen zu diskutieren. Zum DANK-Symposium „[Kinderschutz in der Lebensmittelwerbung: Wird Deutschland vom Schlusslicht zum Vorreiter](#)“ am Samstag, 18.11.2023, hat sich auch Bundesernährungsminister Özdemir angekündigt.

17. Diabetes Herbsttagung der Deutschen Diabetes Gesellschaft (DDG) in Kooperation mit der Deutschen Gesellschaft für Ernährungsmedizin (DGEM) Diabetologie und Ernährungsmedizin: „Appetit auf Gesundheit!“

Termin: 17. und 18. November 2023

Ort: Congress Center Leipzig (ausschließlich in Präsenz)

Anmeldung unter: <https://events.mcon-mannheim.de/frontend/index.php?sub=380>

Vorab-Pressekonferenz

Termin: Dienstag, 14. November 2023, 11.00 bis 12.00 Uhr

Ort: Congress Center Leipzig

Anmeldung: <https://attendee.gotowebinar.com/register/3670699112384122206>

Kongress-Pressekonferenz

Termin: Freitag, 17. November 2023, 12.30 bis 13.30 Uhr

Ort: Seminarraum 6/7, Ebene +2 im Congress Center Leipzig oder online unter

Anmeldung: https://us06web.zoom.us/webinar/register/WN_AKrNs9apQyi7OHOPsafuTA

Weitere Informationen finden Sie im [Pressebereich auf der DDG Website](#).

Über die Deutsche Diabetes Gesellschaft (DDG):

Die Deutsche Diabetes Gesellschaft (DDG) ist mit mehr als 9300 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 acht Millionen Menschen in Deutschland betroffen sind. Zu diesem Zweck unternimmt sie auch umfangreiche gesundheitspolitische Aktivitäten.

Über die Deutsche Gesellschaft für Ernährungsmedizin e. V. (DGEM):

Die Deutsche Gesellschaft für Ernährungsmedizin e. V. (DGEM) ist die medizinisch-wissenschaftliche Fachgesellschaft für Ernährungsmedizin in Deutschland. Sie ist eine multidisziplinäre Vereinigung aller Berufsgruppen, die sich mit Ernährungsmedizin befassen. Die Gesellschaft vereint mehr als 3000 Ärztinnen und Ärzte sowie Ernährungs- und Pflegefachkräfte und Apothekerinnen und Apotheker – Expertinnen und Experten sowie Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, die ernährungsmedizinisch forschen, lehren, behandeln und beraten.

Die DGEM fördert Wissenschaft, Praxis und Aus- und Weiterbildung auf dem Gebiet der Ernährungsmedizin und Stoffwechselforschung. Regelmäßig veranstaltet sie Fortbildungskurse und Kongresse, um Kenntnisse und Erfahrungen nutzbar zu machen und den interdisziplinären Austausch zu anderen in- und ausländischen Institutionen, die auf diesem Gebiet arbeiten, aufzunehmen und zu vertiefen. Sie schreibt Stipendien und Forschungsgelder für die Grundlagenforschung und die klinisch angewandte Forschung aus.

ANTWORTFORMULAR

Ich möchte ein Interview mit _____ führen.

Ich werde an der **Tagung der DDG und DGEM vor Ort oder virtuell** teilnehmen. Klicken Sie auf den Link, um sich anzumelden:

<https://events.mcon-mannheim.de/frontend/index.php?sub=380>

Ich möchte an der **Vorab-Pressekonferenz am 14. November 2023 von 11.00 bis 12.00 Uhr virtuell teilnehmen.**

Klicken Sie auf den Link, um sich anzumelden:

<https://attendee.gotowebinar.com/register/3670699112384122206>

Ich möchte an der **Kongress-Pressekonferenz am 17. November 2023 von 12.30 bis 13.30 Uhr teilnehmen.**

Ich möchte **vor Ort in Leipzig** teilnehmen.

Senden Sie eine E-Mail an deckert@medizinkommunikation.org.

Ich möchte **virtuell** teilnehmen.

Klicken Sie auf den Link, um sich anzumelden:

https://us06web.zoom.us/webinar/register/WN_AKrNs9apQyi7OHOPsafuTA

Ich kann leider nicht teilnehmen. Bitte schicken Sie mir das Informationsmaterial für die Presse.

Bitte informieren Sie mich kontinuierlich über die Themen der DDG.

Bitte schicken Sie mir keine Informationen über die DDG mehr zu.

Bitte informieren Sie mich weiter kontinuierlich über die DGEM.

Ich möchte keine weiteren Informationen zur DGEM erhalten.

Meine Kontaktdaten:

NAME:

MEDIUM/RESSORT:

ADRESSE:

E-MAIL:

TEL.:

Ihr Kontakt für Rückfragen/zur Akkreditierung:

Pressestelle Diabetes Herbsttagung

Stephanie Balz

Postfach 30 11 20

70451 Stuttgart

Telefon: 0711 8931-168

Telefax: 0711 8931-167

E-Mail: balz@medizinkommunikation.org

www.herbsttagung-ddg.de

Falls Sie keine Informationen zur DGEM oder der DDG mehr wünschen, senden Sie bitte eine E-Mail an: balz@medizinkommunikation.org.