

EXPERTENSTATEMENT

Covid-19 muss auch für Übergewicht ein Weckruf sein

Barbara Bitzer

Sprecherin Deutsche Allianz Nichtübertragbare Krankheiten (DANK) und Geschäftsführerin Deutsche Diabetes Gesellschaft (DDG)

Zu einem Verbot von an Kinder gerichtete Werbung gibt es einen hohen Konsens in der Wissenschaft. Die Deutsche Allianz Nichtübertragbare Krankheiten (DANK) repräsentiert 23 Fachgesellschaften und medizinische Organisationen – und wir alle halten es für notwendig, den Einfluss solcher Werbung auf Kinder gesetzlich zu begrenzen. Ebenso die WHO. So eine Einigkeit gibt es derzeit bei fast keiner Corona-Maßnahme.

Letztlich muss auch die Covid-19 Pandemie hier ein Weckruf sein. Denn die Pandemie hat auch die Schwächen der bisherigen Präventionspolitik gezeigt: Ein Großteil der Bevölkerung gehört aufgrund vermeidbarer Vorerkrankungen als Folge von Übergewicht oder durch Adipositas direkt zur Risikogruppe. Frühere bevölkerungsweite Maßnahme gegen Fehlernährung hätten einen Teil der Covid 19-Todesfälle und schweren Verläufe verhindern können. Aber Deutschland hat hier politisch zu wenig unternommen. Auch deshalb ist ein Verbot von an Kinder gerichtete Werbung für ungesunde Produkte überfällig.

Zusätzlich hat Corona auch das Problem kindlichen Übergewichts noch einmal verschlimmert. Kinder mussten zu Hause bleiben, konnten sich im Lockdown weniger bewegen, Sport fiel aus, Schuleszen fiel aus, und sie haben sicher aus der Not vieler Eltern heraus mehr Zeit vor dem Fernsehen oder im Internet verbracht. Das heißt: die Umstände haben sich in Hinblick auf die Gesundheit unserer Kinder weiter verschlechtert. Das hat zu teils drastischen Gewichtszunahmen geführt. Corona muss deshalb auch ein Weckruf sein. Wenn die Pandemie in diesem Jahr hoffentlich abklingt, müssen wir es gerade jetzt Kindern und Eltern so leicht wie möglich machen, sich dauerhaft (wieder) gesund zu ernähren. Dafür müssen Kinder im Alltag so weit wie möglich frei von schädlichen Werbeeinflüssen leben können, auch bei der Mediennutzung.

Wir erwarten dazu schon die Kommentare der Industrie „Ein Werbeverbot allein wird das Problem nicht lösen.“ Das wird bisher bei jeder Maßnahme gesagt - mit dem Ziel, gar keine Maßnahme einzuführen. Natürlich reicht ein Werbeverbot allein nicht. Aber es ist eben ein wichtiger Baustein in einer Gesamtstrategie. Weitere Bausteine sind z.B. ein verpflichtender Nutri-Score, eine nach Nährwerten gestaffelte Mehrwertsteuer, mindestens eine Stunde Bewegung am Tag in Schule und

*Pressekonferenz der
Deutschen Allianz Nichtübertragbare Krankheiten (DANK) und des AOK-Bundesverbandes
Donnerstag, 11. März 2021, 11.00 bis 12.00 Uhr, online*

Kita und ein Schulessen nach den Standards der DGE. Dafür setzen wir uns als Wissenschaftsbündnis DANK ein.

Wer befürwortet denn überhaupt noch solche Werbung? Das sind hauptsächlich die Unternehmen und vielleicht die Werbeindustrie (wobei diese ja genauso für gesündere Produkte werben könnte). Es geht also klar nur um Gewinninteressen. Diese dürfen aber nicht höher gewertet werden als der Schutz kindlicher Gesundheit.

Kindliches Übergewicht ist keine Seltenheit, kein persönliches Schicksal oder Versagen der Eltern. Die Entwicklung ist auch allein mit Kursen und Aufklärung in der Breite nicht aufzuhalten. Was wirklich wirkt, sind Maßnahmen, die alle jeden Tag erreichen. Wir brauchen mehr Anreize für gesunde Ernährung und weniger Anreize für ungesunde. Die Versuchung, wenn Kinder auf der Straße an einem Schnellrestaurant vorbeigehen oder im Supermarkt ein Überraschungsei sehen, bleibt weiterhin und ist kritisch genug. Man muss, man darf diese Versuchung nicht auch noch mittels Werbung direkt in die Kinderzimmer bringen. Ein Verbot von an Kinder gerichtete Werbung gehört deshalb auf die politische Agenda und in den nächsten Koalitionsvertrag.

(Es gilt das gesprochene Wort!)

Berlin, März 2021