

Werbeverbot für Zucker?

Im Alter von acht Jahren ist bereits jeder dritte Bub und jedes vierte Mädchen zu schwer, insgesamt gelten 40 Prozent der Österreicher/innen als übergewichtig. Als Schuldigen machen viele den übermäßigen Zuckerkonsum aus.

Rund 30 Kilogramm Zucker essen Herr und Frau Österreicher im Jahr, macht im Schnitt rund 80 Gramm täglich. Um eine ungesunde Gewichtszunahme und Karies zu verringern, rät die AGES, die Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit, zu einer maximalen Zuckierzufuhr von nicht mehr als 50 Gramm Zucker pro Tag, Kinder sollten nicht mehr als 30 Gramm Zucker täglich konsumieren.

Diese Menge ist oft schon mit einem Glas Limonade und einem Becher Fruchtjoghurt erreicht. Insgesamt ist der Zuckeranteil in Nahrungsmitteln hoch, bei knapp 60 Prozent der in Österreich für Babys und Kleinkinder vermarkteten Nahrungsmitteln und Getränken stammen mehr als 30



Welche Meinung vertreten Sie? Stimmen Sie ab unter www.familie.at/proundcontra

© Sharomka/Shutterstock.com

Prozent der enthaltenen Kalorien aus Zucker, zeigt eine Studie der Weltgesundheitsorganisation.

Eltern achten mittlerweile verstärkt auf den Zuckerkonsum ihrer Kinder, Zuckeralternativen und Low Sugar Produkte boomen und immer mehr Influencer propagieren den totalen Zuckerverzicht. In Deutschland wird aktuell sogar ein Werbeverbot für zuckerhaltige Lebensmittel diskutiert.

Wir haben zwei unterschiedliche Expert/innen befragt, was Sie davon halten: Zum einen die Ernährungsberaterin Marianne Thuy, die sich für ein Werbeverbot ausspricht; Philipp Bodzenta, Unternehmenssprecher Coca-Cola Österreich, ist dagegen und argumentiert mit der Eigenverantwortung der Menschen.

pro +



Marianne Thuy
Ernährungsberaterin

Der in deutlich überhöhten Mengen zugesetzte Zucker - v.a. in sog. Kinderlebensmitteln - ist zweifelsfrei gesundheitsschädlich. Werbung hat auf unser Essverhalten einen sehr großen Einfluss. Als Ernährungsberaterin sehe ich täglich die negativen gesundheitlichen Folgen solcher Werbemaßnahmen. Oft ist es ein langer Weg, Klienten wieder von der Zuckersucht wegzubekommen.

Weltweit steigt die Zahl an Übergewichtigen und somit an Zivilisationskrankheiten immer mehr an, Kinder leiden oft schon an einer Fettleber! Das Ernährungsverhalten und alle negativen Einflüsse darauf, müssen hier überdacht werden.

Ein Verbot wird langfristig zu einer Umkehrung dieses negativen Trends beitragen. Hier müssen aber alle Medien mitspielen, auch die Social-Media Kanäle. Natürlich wird das ein langer Prozess sein, bis erste Erfolge zu verzeichnen sind, aber je früher man damit anfängt, desto eher kann man den gesunden Lebensstil fördern: Prävention! Zum Schutz unserer Kinder und Jugendlichen ein klares JA!

contra



Philipp Bodzenta
Unternehmenssprecher Coca-Cola Österreich

Vanillekipferl im Advent, ein Apfelstrudel beim Stadtbummel, ein eiskaltes Coke im Sommer. Genuss tut uns gut. Und im Rahmen einer abwechslungsreichen Ernährung haben auch zuckerhaltige Lebensmittel in Maßen einen Platz. Übrigens: Der Zuckerkonsum in Österreich ist seit dem Jahr 2000 pro Kopf um etwa 10 kg gesunken. Für die Lebensmittel- und Werbewirtschaft, aber auch für Medien, hätten Werbeverbote massive wirtschaftliche Folgen. Ein Werbeverbot für Zucker wäre daher absolut unverhältnismäßig.

Wir setzen stattdessen auf Eigenverantwortung. Seit Jahren reduzieren wir den Zucker in unseren Getränken und bewerben verstärkt kalorienarme und -freie Produkte. Und auch bei Werbung halten wir uns freiwillig an strenge Regeln. Wir richten zum Beispiel keine Werbung an Kinder unter 13 Jahren; egal ob für Wasser oder Soft Drinks. Egal ob im Fernsehen oder in Sozialen Medien. Werbung in Schulen ist für uns sowieso tabu. Regelmäßige Überprüfungen zeigen: Unsere freiwilligen Maßnahmen wirken - auch ohne gesetzliche Verbote.

Das Ergebnis unserer letzten Umfrage:

21% finden eine Anhebung des Barcelona Ziels aus elementarpädagogischer-, sozial- und frauenpolitischer Sicht gut.

79% finden, der Fokus sollte ausschließlich auf der Kindesperspektive liegen.