



Pressemitteilung 20/2009

Hersteller ködern Kids mit Zucker- und Fettfallen Verbraucherzentrale Hessen fordert Werbeverbot für ungeeignete „Kinderlebensmittel“

Frankfurt, 13.03.2009. Ob Sammelkarten in Kellogg's Frosties, magische Magneten in Nestlé Smarties oder Comic-Bildergeschichten auf Danone Kinderjoghurt: Mit bunten Verpackungen, Spielbeigaben und Wettbewerben ködern die Nahrungsmittelhersteller die kleinen Kunden. Anlässlich des Weltverbrauchertages am 15. März, der unter dem Motto „Kinder und Werbung“ steht, hat die Verbraucherzentrale Hessen „Kinderlebensmittel“ unter die Lupe genommen. Das Augenmerk lag auf Produkten, die sich in ihrer Aufmachung speziell an unter 12-Jährige richten. Denn diese Altersgruppe kann Werbung noch nicht kritisch einschätzen. Miserables Ergebnis: 21 von 25 begutachteten Produkten sind mit einer gesunden Kinderernährung nicht vereinbar. Sie enthalten meist zu viel Zucker und Fett, sind häufig stark verarbeitet und mit Aromen, Farbstoffen oder Vitaminen aufgepeppt. „Die freiwillige Beschränkung der Medienwerbung für Kinder unter zwölf Jahren, mit der die großen Lebensmittelkonzerne gesetzliche Regelungen abwenden wollen, ist halbherzig“, so Andrea Schauff von der Verbraucherzentrale Hessen. „An Kinder gerichtete Werbung für Zucker- und Fettfallen muss generell verboten werden.“

Angesichts der steigenden Zahl übergewichtiger, fehlemährter Kinder ist die Forderung nach frühzeitigen Präventionsmaßnahmen in aller Munde. Auch die Ernährungsindustrie gerät zunehmend unter Druck. Vor dem Hintergrund eines möglichen Verbotes für an Kinder gerichtete Lebensmittelwerbung durch die EU haben sich elf große Lebensmittelhersteller in der EU-Pledge-Initiative zusammen geschlossen. Darin verpflichten sich unter anderen Unilever, Nestlé, Ferrero, Kellogg's und Danone freiwillig, ihre Werbung für Kinder unter zwölf Jahren in Funk, Fernsehen und Zeitschriften ab sofort einzuschränken.

Die Verbraucherzentrale Hessen hat daher Anfang März 2009 in Frankfurt in einer Marktstichprobe 25 Lebensmittel unter die Lupe genommen, die mit ihrer Aufmachung Kinder unter zwölf Jahren ansprechen. Die ausgewählten Produkte, wie Wurst, Pizza, Ketchup, Süßigkeiten, wurden anhand der Nährwertangaben auf der Packung mit Hilfe des Ampel-Checks der Verbraucherzentralen hinsichtlich ihres Zucker-, Fett- und Salzgehaltes bewertet. Die Bewertungskriterien und weitere Produkte finden sich unter www.ampelcheck.de.

84% (21 von 25 Produkten) der überprüften „Kinderlebensmittel“ erhielten bei der Übertragung in die Ampel mindestens einen roten Punkt, meistens für einen zu hohen Zuckergehalt. Auch für die zwölf Produkte von Anbietern aus

presseinfo
presseinfo
presseinfo



der EU-Pledge-Initiative ist das Ergebnis miserabel: Sie erhielten sogar in über 90% der Fälle mindestens einen roten Punkt.

Angesichts dieser Ergebnisse fordert die Verbraucherzentrale Hessen ein generelles Verbot der an Kinder gerichteten Werbung für Lebensmittel, die wegen ihrer Zusammensetzung mit einer gesunden Kinderernährung nicht vereinbar sind. „Die bisherigen freiwilligen Maßnahmen der Hersteller und die Verhaltensregeln, die der Deutsche Werberat für die Werbung mit und vor Kindern in Hörfunk und Fernsehen vorsieht, halten wir für wenig wirksam und zu kurz gegriffen“, so Schauff.

Die Übersicht der bewerteten Kinderlebensmittel ist im Internet unter www.verbraucher.de in der Rubrik Ernährung veröffentlicht.

Ergänzende Informationen für Verbraucher:

- **Vortrag „Kinderlebensmittel“** für interessierte, Eltern, Großeltern und Multiplikatoren am **Samstag, den 28.3.2009 um 11 Uhr** im Beratungszentrum Frankfurt, Große Friedberger Straße 13-17. Die Teilnahme ist kostenlos. Anmeldung unter (069) 97 20 10 - 49 oder ernaehrung@verbraucher.de.
- **Telefonische Beratung** der Verbraucherzentrale Hessen zum Thema „Lebensmittel & Ernährung“ dienstags 10 bis 14 Uhr unter 0900 1 972012. *0,90 € pro Minute aus dem Festnetz der Deutschen Telekom AG – andere (Mobilfunk-) Netzbetreiber können zusätzliche Kosten berechnen.*
- **Infoline Ernährung** zu aktuellen Themen und Lebensmittelskandalen rund um die Uhr unter 0180 5 972012. *0,14 € pro Minute aus dem Festnetz der Deutschen Telekom AG – andere (Mobilfunk-) Netzbetreiber können zusätzliche Kosten berechnen.*
- Die **Faltblätter „Kleine Kinder – Große Gewinne“**, **„Achtung Falle!!“** und **„Dickmachern auf der Spur“** sind kostenlos in allen Beratungsstellen der Verbraucherzentrale Hessen erhältlich.



- Der Ratgeber „**Bärenstarke Kinderkost**“ kostet 9,90 €. Bestellungen für zusätzlich 2,50 € unter ratgeber@verbraucher.de oder (069) 97 20 10 - 30 (AB).
- Weitere Informationen zum Thema „Kinder und Werbung“ unter www.vzbv.de, Rubrik Allgemeine Verbraucherfragen.
- **Hessenweites Servicetelefon 0180 5 972010.** 14 Cent pro Minute aus dem Festnetz der Deutschen Telekom AG – andere (Mobilfunk-) Netzbetreiber können zusätzliche Kosten berechnen. Informationen über das Beratungs- und Seminarangebot sowie die Öffnungszeiten der Beratungsstellen der Verbraucherzentrale Hessen; teilweise auch Terminvereinbarung möglich. Keine Beratung!

Beratungsstellen der Verbraucherzentrale Hessen: Borken, Bahnhofstraße 36 b · Kassel/Nordhessen, Bahnhofsplatz 1 (Kulturbahnhof) · Gießen, Südanlage 4 · Fulda, Karlstraße 2 · Frankfurt/Rhein-Main, Große Friedberger Straße 13-17 (Nähe Konstablerwache) · Darmstadt/Region Starkenburg, Luisenplatz 6 (Carreegalerie) · Rüsselsheim/Groß Gerau, Marktstr. 29 · Wiesbaden, Luisenstr. 19 (im Umweltladen)

presseinfo
presseinfo
presseinfo