

Pressemappe: Agrar-PR

17.03.2022 | 11:30:00 | ID: 32595 | Ressort: [Ernährung](#) | [Verbraucherschutz](#)

[Baierbrunn](#) (agrar-PR) - *Experten fordern bessere Kennzeichnung, weniger Chemie und Höchstgrenzen für Zucker*

Jedes siebte Kind in Deutschland ist übergewichtig - eine Folge mangelnder Bewegung und ungesunder Ernährung. Die meisten Heranwachsenden essen zu wenig Obst, Gemüse und Vollkorn, dafür zu viel Fleisch, Wurst, Süßigkeiten, Limonaden und Knabberien. Schuld daran ist vor allem eine "ernährungsfeindliche Umgebung", sagt der Hamburger Ernährungsmediziner Dr. Matthias Riedl in der aktuellen Ausgabe des Apothekenmagazins "Baby und Familie", und meint damit zum Beispiel die Werbung für Kinderlebensmittel. Egal ob es bunte Comic-Figuren auf Cerealien sind, Zeichentrickfiguren, die im TV Puddings anpreisen, oder Influencer im Internet: Überall verführen Lebensmittelhersteller Kids und Erwachsene zum Kauf ungesunder Produkte. "Die Industrie arbeitet gegen die Eltern", kritisiert Saskia Reinbeck von der Verbraucherorganisation Foodwatch. 85,5 Prozent der Kinderlebensmittel entsprechen laut einer Studie der Verbraucherorganisation nicht den Nährwertempfehlungen der WHO, enthalten zu viel Fett, Zucker und Salz.

Die Ampelkoalition hat sich nun auf ein Verbot für an Kinder gerichtete Werbung für ungesunde Lebensmittel verständigt. In den Augen von Dr. Matthias Riedl ist das nicht ausreichend. Er fordert: "Der Chemieeinsatz in Nahrungsmitteln muss dringend eingeschränkt werden. Nötig sind auch Mindestvorgaben für den Ballaststoffgehalt in Fertigprodukten und verbindliche Höchstgrenzen für Zucker." Besonders problematisch: Der Konsum zuckerhaltiger Getränke. "Die Kids werden auf den übersüßen Geschmack geprägt und nehmen Unmengen an Energie zu sich." In Großbritannien werden Getränkehersteller deswegen zur Kasse gebeten: Ein Getränk mit mehr als fünf Gramm Zucker pro 100 Milliliter wird mit 21 Cent pro Liter besteuert, bei acht Gramm sind es sogar 33 Cent. Die Folge: Die Hersteller haben den Zuckergehalt reduziert, so spart jeder Einzelne drei Teelöffel Zucker pro Woche.

Welche Strategien die Lebensmittelindustrie nutzt, um Kleinkindern ungesundes Essen schmackhaft zu machen, lesen Sie in der aktuellen März-Ausgabe von "Baby und Familie". Spannende Hintergründe finden sich auch unter a-u.de/ernaehrungs-lobby.

Diese Meldung ist nur mit Quellenangabe zur Veröffentlichung frei. Das Apothekenmagazin "Baby und Familie" 3/2022 liegt aktuell in den meisten Apotheken aus. Viele relevante Gesundheits-News gibt es zudem unter www.baby-und-familie.de sowie auf Facebook und Instagram.

Pressekontakt:

Katharina Neff-Neudert
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Tel.: 089/744 33-360

E-Mail: presse@wubv.de

www.wortundbildverlag.de

<https://www.facebook.com/wortundbildverlag>



[Agrar-PR](#)

Postfach 131003 70068 Stuttgart Deutschland

Telefon: +49 0711 63379810

E-Mail: redaktion@agrarpresseportal.de Web: www.agrarpresseportal.de >>> [Pressefach](#)