

## **Gesunde Ernährung lässt sich nicht diktieren**

Die Menschen in Deutschland und in aller Welt wollen gerne gesund leben, gesund alt werden und sich daher auch gesund ernähren. Dazu ist es notwendig, dass sie über Ernährungskönnen und Ernährungswissen verfügen, um eigenverantwortlich mündige Entscheidungen als Verbraucher zu treffen, was sie konsumieren.

Vielfach wird gerade hinsichtlich von Werbung für Nahrungs- und Genussmittel, die besonders Kinder gerne essen und trinken, ein Verbot gefordert. Wer solch ein Verbot fordert, erklärt aber die Verbraucher für dumm.

Nach einer neuen Studie der Uni Gießen, Fachbereich Psychologie und Sportwissenschaft, Prof. Jörg M. Diehl, mit dem Titel „Macht Werbung dick?“ zeigt auf, dass Werbeverbote Übergewicht bei Kindern nicht verringern: Weder in Schweden (seit 10 Jahren Werbeverbot) noch in der kanadischen Provinz Quebec (seit 25 Jahren Werbeverbot) ist die Zahl der übergewichtigen Kinder und Jugendlichen geringer als in Staaten oder Provinzen, in denen es Werbeverbote nicht gibt. Für Übergewicht ist nicht die Werbung verantwortlich, sondern viele verschiedene Faktoren, so z.B. geringer Energieverbrauch durch hohen Fernsehkonsum kombiniert mit gleichzeitig erhöhter Energieaufnahme durch den fernsehbegleitenden Konsum von Snacks und Süßigkeiten wie auch Limonaden. Soziale Faktoren sind ganz entscheidend beim Auftreten von Übergewicht.

Die Studie hat zudem ergeben, dass von den 11- bis 18-jährigen repräsentativ befragten Jugendlichen die übergroße Mehrheit der Werbung kritisch und aufgeklärt gegenübersteht. So gaben 69% der Jugendlichen an, dass die im Fernsehen besonders beworbenen Lebensmittel keine gesunde Ernährung ausmachten. 80% wussten, dass die im Fernsehen hauptsächlich beworbenen Lebensmittel zuviel Zucker und Fett enthalten. 79% gaben an, dass man dick wird, wenn man alles isst, was die Werbung empfiehlt. Es zeigt sich also sehr deutlich, dass schon Jugendliche in der Lage sind, aufgeklärte und mündige Entscheidungen hinsichtlich der Lebensmittelauswahl zu treffen und dass sie so medienkompetent sind, dass sie die Werbung als das entlarven, was sie ist: Keine Ernährungsanleitung, sondern die Empfehlung von Genussmitteln, die in Maßen genossen werden sollten.

Diese wie auch andere Studien zeigen also deutlich auf, dass mündige Verbraucher nicht blind der Werbung glauben. Die FDP setzt auf das Leitbild des aufgeklärten Verbrauchers – Liberale unterstellen den Menschen nicht, dass sie durch die Werbung fremdbestimmt werden und zu dumm wären, kluge Entscheidungen selbst zu treffen.

Die von Ministerin Künast gemeinsam mit der Lebensmittelindustrie und anderen Partnern ins Leben gerufene Plattform Ernährung und Bewegung geht grundsätzlich in die richtige Richtung. Alle Beteiligten müssen gemeinsam an Lösungen arbeiten, um insbesondere das Problem des Übergewichts bei Kindern und Jugendlichen - und die damit verbundenen Folgekrankheiten - anzugehen. Die Lebensmittelindustrie darf hierbei aber nicht zum Buhmann gemacht werden.

Die Ernährungsindustrie strebt selbstverständlich nicht danach, die Menschen alsbald krank zu machen. Insbesondere unter Gesichtspunkten wäre diese Strategie ja auch völlig unsinnig, weil sich die Industrie selbst den Kundenkreis dezimieren würde.

Viele der selbsternannten „Gutmenschen“, die die Verbraucher vor der vermeintlich „bösen“ Lebensmittel- und Ernährungsindustrie und deren Werbebotschaften „schützen“ wollen, haben kein Zutrauen zu den aufgeklärten Konsumenten. Dem setzen die FDP und ich persönlich den aufgeklärten Menschen entgegen, der durch umfassende Information in die Lage versetzt wird, für sich und seine Kinder die besten Entscheidungen zu treffen. Dazu muss die Verbraucherinformation einen zentralen Beitrag leisten, gerade auch durch Angaben zu den angebotenen Lebensmitteln. Wir wollen, dass die Menschen durch

Ernährungskönnen und Ernährungswissen in die Lage versetzt werden, Entscheidungen eigenverantwortlich zu treffen.