



Bundeskanzleramt  
 Bundeskanzler Olaf Scholz  
 Willy-Brandt-Straße 1  
 10557 Berlin

Berlin, 14. Juni 2024

## Offener Brief

### 35 Verbände fordern: Schutz der Kinder vor ungesunder Lebensmittelwerbung muss jetzt gesetzlich verankert werden!

Sehr geehrter Herr Bundeskanzler,

das Gesetz für Beschränkung von Werbung für ungesunde Lebensmittel, die sich an Kinder richtet (KLWG), steht voraussichtlich bald im Kabinett zur Diskussion. Die Deutsche Allianz Nichtübertragbare Krankheiten (DANK) appelliert gemeinsam mit 35 weiteren Verbänden eindringlich an Sie, noch vor der Sommerpause dieses Gesetz konsequent und wirkungsvoll umzusetzen.

Mehr als ein Jahr nach der Vorstellung der Eckpunkte und eines ersten Referentenentwurfs durch Bundesernährungsminister Cem Özdemir sind wir weiterhin besorgt über den politischen Stillstand beim Kinderschutz in der Lebensmittelwerbung. Die Ampel-Koalition hat den klaren Auftrag aus dem Koalitionsvertrag, den Schutz der Kinder vor Werbung für Lebensmittel mit hohem Zucker-, Fett- und Salzgehalt sicherzustellen.<sup>1</sup> Effektive Regelungen sind überfällig und dürfen nicht scheitern.

Mit großer Sorge haben wir in den vergangenen Monaten die Debatte und den Stillstand rund um dieses Vorhaben verfolgt. Als breites Bündnis aus Organisationen, Verbänden und Initiativen aus

<sup>1</sup> [Mehr Fortschritt wagen – Bündnis für Freiheit, Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit \(spd.de\)](#) (s. S.36)

Medizin, Gesundheitsförderung, Wissenschaft, Verbraucherschutz sowie Kinder- und Jugendschutz setzen wir uns daher erneut vehement für mehr Kinderschutz und eine klare Werberegulierung ein. Die Mehrheit der Verbraucher\*innen befürwortet Werbeschränken, um die Gesundheit von Kindern zu schützen.<sup>2</sup> Auch die wissenschaftliche Grundlage für die Notwendigkeit einer Regulierung ist unbestreitbar: Werbung wirkt, sie steigert das Kauf- und Konsumverhalten und fördert die Ernährungspräferenzen von Kindern.<sup>3</sup> Vorschläge, wie eine solche Regulierung umgesetzt werden kann, liegen seit über einem Jahr auf dem Tisch. Jetzt liegt es an den politischen Akteur\*innen, diese Vorschläge in ein wirksames und konsequentes Gesetz zu gießen.

Die Regelungen müssen umfassend sein und dort wirken, wo Kinder Werbung ausgesetzt sind – sei es bei TV-Werbung, Außenwerbung oder Influencer-Werbung in den sozialen Medien. Die omnipräsente Werbung für ungesunde Lebensmittel hat fatale gesundheitliche Folgen. Eltern müssen tagtäglich gegen eine Milliardenindustrie ankämpfen, die ihre Kinder mit geschickten Marketingtricks lockt. Die Gesundheit der Kinder darf nicht zwischen den Interessen der Industrie zerrieben werden. Die Politik muss den Stillstand beenden und die Gesundheit der Jüngsten in unserer Gesellschaft durch ein starkes Gesetz schützen.

Als breites Bündnis bitten wir Sie daher eindringlich: Setzen Sie sich dafür ein, dass das Kinderlebensmittelwerbe-gesetz als eine wichtige Maßnahme für mehr Kindergesundheit ohne weitere Verzögerungen und ohne Abschwächungen umgesetzt wird.

Wir sind überzeugt: Der Schutz der Kindergesundheit muss Vorrang haben vor den wirtschaftlichen Interessen der Werbeindustrie und der Hersteller ungesunder Lebensmittel.

Bei Rückfragen stehen wir gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen:

- Berliner Landesarbeitsgemeinschaft Umwelt und Entwicklung (BLUE 21)
- Berufsverband der Kinder- und Jugendärzt\*innen e.V. (BVKJ)
- Bundesarbeitsgemeinschaft Kommunale Kinderinteressenvertretungen
- Bundesärztekammer (BÄK)
- Bundesgeschäftsstelle Deutscher Frauenring e.V.
- Bundeszahnärztekammer (BZÄK)
- Deutsche Allianz Nichtübertragbare Krankheiten (DANK)
- Deutsche Diabetes Gesellschaft (DDG)
- Deutsche Gesellschaft Demokratiepädagogik e.V. (DeGeDe)
- Deutsche Gesellschaft für Epidemiologie e. V. (DGEPI)
- Deutsche Gesellschaft für Ernährungsmedizin e.V. (DGEM)
- Deutsche Gesellschaft für Hauswirtschaft e.V.
- Deutsche Gesellschaft für Kardiologie - Herz- und Kreislaufforschung e.V. (DGK)
- Deutsche Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin e.V. (DGKJ)
- Deutsche Gesellschaft für Medizinische Soziologie e.V. (DGMS)
- Deutsche Gesellschaft für Nephrologie e. V. (DGfN)

---

<sup>2</sup> [Kinderschutz: Mehrheit lehnt Werbung für Ungesundes ab | Verbraucherzentrale Bundesverband \(vzbv.de\)](https://www.vzbv.de)

<sup>3</sup> [Politik für eine nachhaltigere Ernährung \(bmel.de\)](https://www.bmel.de)

- Deutsche Gesellschaft für Sozialmedizin und Prävention (DGSMP)
- Deutsche Herzstiftung e.V. (DHS)
- Deutsches Kinderhilfswerk e.V. (DKHW)
- Deutsches Krebsforschungszentrum
- Deutsches Netzwerk Schulverpflegung e.V. (DNSV)
- Deutsches Netzwerk Versorgungsforschung e.V. (DNVF)
- diabetesDE-Deutsche Diabetes-Hilfe
- FIAN Deutschland e.V.
- foodwatch e.V.
- Kompetenznetz Adipositas e.V. (KNA)
- Pädiatrische Gastroenterologie und Ernährung (GPGE)
- PAN International - Physicians Association for Nutrition e.V.
- Sarah Wiener Stiftung (SWS)
- Stiftung Bildung
- Stiftung Kindergesundheit
- Verband der Diabetes-Beratungs- und Schulungsberufe in Deutschland e.V. (VDBD)
- Verband der Diätassistenten - Deutscher Bundesverband e.V. (VDD)
- VerbraucherService Bundesverband im Katholischer Deutscher Frauenbund Berlin (KDFB) e.V.
- Zentrum für Ernährungsmedizin und Prävention am Krankenhaus Barmherzige Brüder München