

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Stephan Protschka, Berengar Elsner von Gronow, Peter Felser, Franziska Gminder, Wilhelm von Gottberg, Thomas Ehrhorn, Johannes Huber, Enrico Komning und der Fraktion der AfD

Zuckerkonsum von Kindern und Jugendlichen

Ein übergeordnetes Ziel der Nationalen Reduktions- und Innovationsstrategie für Zucker, Fette und Salz in Fertigprodukten (NRI) ist es, durch die Reduzierung von beispielsweise Zucker in Produkten, die an Kinder gerichtet sind, den Anteil an übergewichtigen Kindern und Jugendlichen zu reduzieren (vgl. https://www.mri.bund.de/fileadmin/MRI/Veroeffentlichungen/191219_MRI_Produktmonitoring_Konzept__002_.pdf). Dennoch haben Kinder und Jugendliche am 11. August 2020 („Kinder-Überzuckerungstag“) nach einer Berechnung der Verbraucherorganisation foodwatch bereits so viel Zucker konsumiert, wie für ein komplettes Jahr empfohlen wird (vgl. <https://www.foodwatch.org/de/pressemitteilungen/2020/kinder-ueberzuckerungstag-kinder-haben-zucker-limit-fuer-gesamtes-jahr-erreicht/>).

Somit ist es aus Sicht der Fragesteller nicht überraschend, dass immer noch viele Kinder und Jugendliche in Deutschland an Übergewicht leiden: Laut einer Studie zur Gesundheit von Kindern und Jugendlichen in Deutschland waren im Jahr 2017 zum Beispiel rund 15 Prozent der 3- bis 17-jährigen Kinder übergewichtig, etwa ein Drittel davon adipös (vgl. <https://www.vzbv.de/meldung/kindermarketing-bei-lebensmitteln-strenger-regeln>).

Daher fordern einige Verbraucherorganisationen die Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft Julia Klöckner dazu auf, im Kampf gegen Übergewicht und Fehlernährung bei Kindern und Jugendlichen gesetzliche Werbebeschränkungen bei zuckerhaltigen und ungesunden Lebensmitteln mit Kinderoptik wie mit beispielsweise Comic-Figuren zu veranlassen (vgl. <https://www.foodwatch.org/de/pressemitteilungen/2020/kinder-ueberzuckerungstag-kinder-haben-zucker-limit-fuer-gesamtes-jahr-erreicht/>, vgl. <https://www.vzbv.de/pressemitteilung/kindermarketing-bei-lebensmitteln-strenger-regeln>).

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Ist der Bundesregierung der Kinder-Überzuckerungstag (11. August) bekannt (vgl. <https://www.foodwatch.org/de/pressemitteilungen/2020/kinder-ueberzuckerungstag-kinder-haben-zucker-limit-fuer-gesamtes-jahr-erreicht/>)?
 - a) Wenn ja, welche Schlussfolgerungen für ihr eigenes Handeln zieht die Bundesregierung aus diesem Tag?

- b) Liegen der Bundesregierung Statistiken zum Zuckerkonsum von Kindern und Jugendlichen im Zeitraum von 2016 bis 2019 vor, und wenn ja, welche, und wie lauten die Ergebnisse dieser?
 - c) Plant die Bundesregierung Maßnahmen, um den Zuckerkonsum von Kindern und Jugendlichen zu senken, und wenn ja, welche?
2. Ist der Bundesregierung ein Marktcheck der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen bekannt, der zum Beispiel zeigt, dass der zuckerreichste Kinderjoghurt fast acht Zuckerwürfel pro Becher enthält (vgl. <https://www.vzbv.de/meldung/kindermarketing-bei-lebensmitteln-strenger-regeln>)?
- Wie stuft die Bundesregierung die Effektivität der im Rahmen der NRI formulierten Zielvereinbarung, dass der Zuckergehalt in gesüßten Milchprodukten für Kinder bis 2025 um 15 Prozent gesenkt werden soll, bei solchen stark gezuckerten Kinderjoghurts ein, und welche Schlussfolgerungen für ihr eigenes Handeln zieht die Bundesregierung hieraus (vgl. <https://www.bmel.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2020/061-wirksamkeit-reduktionsstrategie.html>)?
3. Ist der Bundesregierung die Kritik an der NRI bekannt, dass die NRI im Segment der Lebensmittel mit Kinderoptik zu wenig macht und in den meisten Fällen die Lebensmittel mit Kinderoptik trotzdem mehr Zucker als Lebensmittel ohne Kinderoptik enthalten (vgl. <https://www.diabetologie-online.de/a/gesundheitspolitik-viele-produkte-sind-zu-suess-zu-fettig-zu-salzig-1977434>)?
- a) Wenn ja, plant die Bundesregierung hierzu neue Maßnahmen, und wenn ja, welche?
 - b) Wenn nein, warum nicht?
4. Aus welchen Gründen hat sich Bundesernährungsministerin Julia Klöckner auf das Verbot von Zuckerzusätzen in Tees für Babys und Kleinkinder und nicht auf andere Fertigprodukte wie Breis, die für Babys und Kleinkinder bestimmt sind, fokussiert (vgl. <https://www.foodwatch.org/de/aktuelle-nachrichten/2020/babytee-verbot-julia-kloeckners-naechstes-ablenkungsmanoe-ver/>)?
- a) Plant die Bundesregierung, auch in anderen Fertigprodukten, die für Baby und Kleinkinder bestimmt sind, Zuckerzusätze zu verbieten?
 - b) Welche Schlussfolgerungen für ihr eigenes Handeln zieht die Bundesregierung aus der Aussage von Kritikern, dass das Zuckerverbot in Babytees lediglich ein Ablenkungsmanöver der Bundesernährungsministerin Julia Klöckner von ihrer „gescheiterten“ Ernährungspolitik sei (s. o.)?
5. Plant die Bundesregierung die Entwicklung eines Gesetzesvorschlags zur Regelung von Werbung und Marketing von Lebensmitteln in Kinderoptik, der die WHO-Nährwertprofile (WHO = Weltgesundheitsorganisation) als Grundlage nutzt (vgl. <https://www.vzbv.de/meldung/kindermarketing-bei-lebensmitteln-strenger-regeln>)?
- a) Wenn ja, wann wird dieser Gesetzesvorschlag fertig sein?
 - b) Wenn nein, warum nicht?
6. Ist der Bundesregierung die von dem Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. in Auftrag gegebene Umfrage bekannt, in der sich 83 Prozent der Verbraucher für eine gesetzliche Regulierung von Lebensmitteln mit Kinderoptik aussprechen, und wenn ja, welche Schlussfolgerungen für ihr eigenes

Handeln zieht die Bundesregierung hieraus (vgl. <https://www.vzbv.de/meldung/kindermarketing-bei-lebensmitteln-strenger-regeln>)?

Berlin, den 14. September 2020

Dr. Alice Weidel, Dr. Alexander Gauland und Fraktion

