

Sind freiwillige Verhaltensregeln („Selbstregulierung“) ein angemessenes Instrument zur Begrenzung der Werbung und Vermarktung von energiereichen und mikronährstoffarmen Lebensmitteln? Welche Alternativen sollten geprüft werden, falls die Selbstregulierung versagt?

Ganz freiwillig wird es erfahrungsgemäß nicht gehen. Die Freiwilligkeit könnte aber gesteuert werden durch ein höheres Bildungsniveau der Verbraucher auf dem Gebiet der Ernährung, durch mehr Bewusstsein für „günstige Ernährung“. Durch das Medienthema Übergewicht und Adipositas von Kindern werden breitere Bevölkerungsschichten wachsamer und lassen sich durch Werbung und verlockende Angebote nicht mehr ganz so leicht verführen. Vor diesem Hintergrund lässt sich sogar Werbung in die günstige Richtung machen, siehe Angebote von McDonald für mehr Salate und energieärmere Produkte. Man wird um die Stärkung und Unterfütterung der „Allgemeinen Prävention“ durch Politik, Kampagnen und Projekte (z. B. Euregio) dennoch nicht herum kommen, da nur hierdurch die Bevölkerung wirksam erreicht werden kann. Zusammenfassend: Freiwillige Verhaltensregeln der Industrie sind um so mehr ein geeignetes Mittel, um so mehr auf der anderen Seite die Verbraucher durch Prävention zu selbstständigen und bewussten Bürgern gemacht werden. Freiwillige Verhaltensregeln und wirksame Prävention bedingen sich gegenseitig und können dann auch gut funktionieren.

Dr. Kurt Stübing
Chefarzt der Klinik Prinzregent Luitpold in Scheidegg (Allgäu)

This paper represents the views of its author on the subject. These views have not been adopted or in any way approved by the Commission and should not be relied upon as a statement of the Commission's or Health & Consumer Protection DG's views. The European Commission does not guarantee the accuracy of the data included in this paper, nor does it accept responsibility for any use made thereof.