

## Die (gesunde) Lebensmittelwahl: Wie sich Eltern beeinflussen lassen

Prof. Dr. Michael Siegrist, Institute für Consumer Behavior, ETH Zürich

In vielen Ländern hat in den letzten Jahren die Zahl der übergewichtigen Kinder und Jugendlichen stark zugenommen. Ein Hauptgrund dafür ist eine Zunahme der Kalorienzufuhr. Es müssen somit Anstrengungen unternommen werden, damit der Lebensmittelkonsum reduziert wird. Der Lebensmittelkonsum wird durch eine Vielzahl von Faktoren beeinflusst. Auf der Makro-Ebene spielen soziale und kulturelle Normen sowie Nahrungsmittelmarketing und Werbung eine wichtige Rolle. Die physische Umwelt, also das Lebensmittelangebot in der ausser Haus Verpflegung und zu Hause, ist ein weiterer Faktor, welcher das Verhalten der Konsumenten beeinflusst. Aufgrund der vielen Faktoren, die den Lebensmittelkonsum bestimmen, braucht es unterschiedliche Anstrengungen, damit sich die Kinder in Zukunft ausgewogener ernähren. Zwei wichtige Faktoren dürften aber die Werbung für die Kinder und die Gestaltung der Essumwelt sein. Wissenschaftliche Studien zeigen, dass Kinder durch Werbung/Marketing beeinflusst werden. Die beworbenen Snacks und Süssgetränke gewinnen dank der Werbung noch an Attraktivität. Marketingaktivitäten wie Gesundheitsversprechungen auf Verpackungen werden von Eltern zudem oftmals falsch interpretiert. Es stellt sich deshalb die Frage, ob Vorschriften notwendig sind. Studien zeigen nämlich, dass gesetzliche Einschränkungen in Werbung und Marketing einen positiven Einfluss auf die Ernährung von Kindern und Jugendlichen haben können.

### Kontakt:

Prof. Dr. Michael Siegrist  
ETH Zürich  
Institute für Consumer Behavior  
Universitätstrasse 22  
8092 Zürich  
Telefon 044 632 63 21  
msiegrist@ethz.ch



Schweizer Milchproduzenten SMP, Swissmilk  
Public Relations, Kompetenzzentrum Milch  
Weststrasse 10, 3000 Bern 6  
Telefon 031 359 57 57  
factsandnews@swissmilk.ch  
[www.swissmilk.ch/nutrition](http://www.swissmilk.ch/nutrition)

