



Themenblatt

Policy-Maßnahmen

Die Ursache von Adipositas im Kindes- und Jugendalter erscheint zunächst klar: die Energieaufnahme der Heranwachsenden übersteigt dauerhaft deren Energieverbrauch. Ein genauer Blick auf die Ursachen zeigt aber, dass Adipositas im Kindes- und Jugendalter von einer Vielzahl von Faktoren abhängig ist. Die unterschiedlichen genetischen Voraussetzungen interagieren mit einer sich wandelnden Umwelt, die häufig einen sitzenden Lebensstil begünstigt und von einem Überangebot an energiereichen Lebensmitteln geprägt ist. Die Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen wie die Familie, die Kita, die Schule sowie die unmittelbare Wohnumgebung werden ihrerseits durch soziale, ökonomische und politische Rahmenbedingungen beeinflusst. Adipositas im Kindes- und Jugendalter kann daher einerseits beim Individuum auf das Wechselspiel unterschiedlicher Einflussfaktoren zurückgeführt werden. Andererseits sind Kinder und Jugendliche in bestimmten Bevölkerungsgruppen und Entwicklungsphasen besonders anfällig für die Entwicklung von Adipositas.

Die auf diesem Themenblatt dargestellten Indikatoren sind Bestandteil des AdiMon-Indikatorensystems. Ziel von AdiMon ist es, regelmäßig aktualisierte und bevölkerungsweit aussagekräftige Daten über die Einflussfaktoren der Adipositas, umgesetzte Maßnahmen der Prävention und Gesundheitsförderung sowie über die Verbreitung von Adipositas im Kindes- und Jugendalter systematisch zusammenzustellen und öffentlich verfügbar zu machen.

Kernaussagen

- Derzeit gibt es in Deutschland keine verbindlichen Einschränkungen für die Vermarktung von Lebensmitteln an Kinder.
- Eine leicht verständliche grafische Lebensmittelkennzeichnung soll auf freiwilliger Basis eingeführt werden.
- Die Höhe der Besteuerung von Lebensmitteln orientiert sich derzeit nicht an deren ernährungsphysiologischen Wert.

Hintergrund

Policy-Maßnahmen gelten als wichtiges Instrument, um der Entwicklung von Adipositas im Kindes- und Jugendalter vorzubeugen [1]. Als Policy-Maßnahmen werden in der Prävention und Gesundheitsförderung vor allem Gesetze, Regulierungen und Strategien von Regierungen und anderen Institutionen bezeichnet, die das Potential haben, die Gesundheit oder das Gesundheitsverhalten der Bevölkerung zu beeinflussen [2]. Policy-Maßnahmen können im öffentlichen Sektor (z. B. gesetzliche Reglementierungen), im privaten Sektor (z. B. Selbstverpflichtungen) und im zivilgesellschaftlichen Sektor (z. B. Empfehlungen) konzipiert und umgesetzt werden. Darüber hinaus können sie in Form von einmaligen Vorgaben, kurz- oder längerfristigen Projekten oder als dauerhaft geltende Regeln umgesetzt werden. Im Bereich der Adipositasprävention können Policy-Maßnahmen verschiedene Ansätze verfolgen:

- informative Ansätze wie die Gesundheitskampagne „5 am Tag“ zur Steigerung des Obst- und Gemüsekonsums [3],
- fiskalpolitische Ansätze wie die höhere Besteuerung von zuckergetränkten Erfrischungsgetränken [4],
- reglementierende Ansätze wie die Einschränkung von Werbemaßnahmen [5],
- infrastrukturell orientierte Ansätze wie die Verabschiedung eines nationalen Radverkehrsplans [6].

Grundsätzlich gilt, dass Policy-Maßnahmen, die auf der Verhältnisebene ansetzen, um gesunde Rahmenbedingungen zu schaffen, deutlich schwerer umzusetzen sind als Maßnahmen, die nur das Individuum adressieren. Gleichzeitig können sie jedoch eine grö-

ßere Wirkung entfalten, erreichen üblicherweise breitere Gesellschaftsschichten und gelten gemeinhin als kosteneffektiver [7]. Im Bereich der Adipositasprävention gehören zu den Maßnahmen, für die Hinweise auf eine Wirksamkeit auf Bevölkerungsebene vorliegen, unter anderem die Besteuerung bestimmter Lebensmittel entsprechend deren gesundheitlichen Wertes, Vorgaben zur **i Reformulierung** von Lebensmitteln, Einschränkungen für die Vermarktung von Lebensmitteln an Heranwachsende und eine vereinfachte Nährwertkennzeichnung auf Lebensmittelverpackungen [8, 9].

Hoch verarbeitete Lebensmittel wie z.B. Fertiggerichte enthalten häufig hohe Anteile an Fetten und Zucker, deren Verzehr die Entwicklung von Adipositas begünstigen kann. Als **i Reformulierung** bezeichnet man die Rezepturveränderung von verarbeiteten Lebensmitteln, um deren Nährstoffprofil zu verbessern und somit deren Gesundheitswert zu steigern [10].

Indikatoren und Datenquellen

Für dieses Themenblatt wurden exemplarisch vier Indikatoren ausgewählt, die auf der Verhältnisebene ansetzen, für die Hinweise auf eine Wirksamkeit hinsichtlich ihres Einflusses auf Bevölkerungsebene vorliegen [8, 9] und deren Einsatz hinsichtlich der Prävention von Adipositas im Kindes- und Jugendalter diskutiert wird [11-13]:

- Die Besteuerung von Lebensmitteln als Steuerbelastung in Cent pro 100 Cent Nettopreis für folgende, in Bezug auf die Prävention von Adipositas besonders relevante Lebensmittel (**Indikator**

H.1.1): a) Obst und Gemüse, b) Zucker, c) zuckerhaltige Erfrischungsgetränke, d) Tiefkühlpizza (als Beispiel für hoch verarbeitete Lebensmittel) und e) Mineralwasser.

- Der Grad der Verpflichtung von Reformulierungsvorgaben für a) Transfette, b) gesättigte Fette, c) Zucker und d) Salz (Indikator H.1.2).
- Der Grad der Verpflichtung von allgemeingültigen Einschränkungen für die Vermarktung von Lebensmitteln an Kinder und Jugendliche (Indikator H.1.3).
- Der Grad der Verpflichtung für eine vereinfachte Nährwertkennzeichnung anhand farbiger Piktogramme auf der Verpackungsvorderseite (Indikator H.1.4).

Die Indikatoren basieren auf einer Recherche der entsprechenden Policy-Dokumente (z. B. Gesetze oder Vereinbarungen) zum Stand Juli 2020: Für die aktuellen Steuerbelastungen ausgewählter Lebensmittelgruppen ist dies das Umsatzsteuergesetz (§ 12 UStG) [14], für die derzeit geltenden Reformulierungsvorgaben sind dies unter anderem die EU-Verordnung über den Zusatz von Vitaminen und Mineralstoffen sowie bestimmten anderen Stoffen zu Lebensmitteln [15] und die Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie für Zucker, Fette und Salz in Fertigprodukten [16], für die derzeit gültigen Beschränkungen für an Heranwachsende gerichtete Werbung für bestimmte Lebensmittel sind dies unter anderem die EU-Richtlinie zu audiovisuellen Mediendiensten [17] sowie die Grundsätze für an Kinder gerichtete Werbung des Deutschen Werberats [18] und für die derzeit gültigen Vorgaben zur Nährwertkennzeichnung sind dies unter anderem die europäische Lebensmittelinformationsverordnung [19], die Lebensmittelinformations-Durchführungsverordnung [20] und ein Entwurf des Bundesministeriums für Ernährung und Verbraucherschutz für die Einführung des Nutri-Score [21].

Ergebnisse

In Deutschland gilt seit 1983 für die meisten Lebensmittel der ermäßigte Umsatzsteuersatz („Mehrwertsteuer“) von 7 % (§ 12 Abs. 2 UStG) [14]. Hierzu gehören auch Obst und Gemüse, Zucker und Fertiggerichte wie Tiefkühlpizza (Indikator H.1.1a,c,d). Für Getränke, unabhängig von ihrem ernährungsphysiologischen Wert, gilt der allgemeine Umsatzsteuersatz, der seit der letzten Anhebung im Jahr 2007 19 % beträgt (Indikator H.1.1b,e) [14]. Zusätzliche steuerliche Belastungen, wie sie beispielsweise für alkoholische Getränke oder Kaffee erhoben werden, fallen für diese Produkte nicht an. Im Juli 2020 wurden – befristet für ein halbes Jahr – der allgemeine Umsatzsteuersatz auf 16 % und der ermäßigte Umsatzsteuersatz auf 5 % gesenkt [22].

Derzeit gelten in Deutschland keine gesetzlich verpflichtenden Reformulierungsvorgaben für Nährstoffprofile bestimmter Lebensmittel (mit Ausnahme für Transfette in Olivenöl und Baby- bzw. Kleinkindnahrung [23, 24]) (Indikator H.1.2a-d). Ab April 2021 tritt auf Beschluss der Europäischen Kommission in der gesamten Europäischen Union eine gesetzlich vorgeschriebene Grenze von maximal 2 Gramm industriell hergestellter Transfette pro 100 Gramm Fett in Kraft [15]. Darüber hinaus wurde für den Salz- und Zuckergehalt bestimmter Lebensmittel eine nationale Reduktionsstrategie beschlossen: Die Lebensmittelindustrie hat sich im Dialog mit dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) unter anderem dazu verpflichtet, bis 2025 den Zuckergehalt in zuckerhaltigen Erfrischungsgetränken und Säften um 15 %, in Frühstückscerealien für Kinder um 20 % und in Milchprodukten mit Kinderoptik um 15 % zu senken, sowie

den Salzgehalt von Tiefkühlpizza auf maximal 1,25 g pro 100 g zu reduzieren [16]. Die Umsetzung dieser Vorgaben soll im Rahmen regelmäßiger Erhebungen überprüft werden [25].

Bezüglich der Vermarktung von Lebensmitteln an Kinder und Jugendliche sieht eine seit 2018 in Kraft getretene europäische Richtlinie vor, dass alle Mitgliedsstaaten angehalten werden, die Werbeexposition von Kindern für Lebensmittel und Getränke, deren übermäßiger Konsum im Rahmen der Gesamternährung nicht empfohlen wird, zu reduzieren [17]. Bisher existieren in Deutschland freiwillige Selbstverpflichtungen der Industrie und gesetzliche Vorgaben (beispielsweise im Rahmen des Rundfunkstaatsvertrags [26]), bestimmte Formen der Werbung wie z. B. an Kinder gerichtete Kaufaufforderungen zu unterlassen [18]. Allerdings gibt es derzeit keine umfassenden und allgemeingültigen Einschränkungen, die gezielt die Vermarktung von Lebensmitteln an Kinder und Jugendliche adressieren (Indikator H.1.3a-d) [11]. Hierzu gehören unter anderem Werbeverbote in allen Medien und Reglementierungen für die Gestaltung von Lebensmittelverpackungen.

Auf allen verpackten Lebensmitteln sind laut Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV) verpflichtend die gesamten Zutaten zu nennen, sowie Angaben zum Brennwert und dem Gehalt an Fetten, gesättigten Fetten, Eiweiß, Kohlenhydraten, Zucker und Salz zu machen [20]. Hinsichtlich einer vereinfachten Nährwertkennzeichnung anhand farbiger Piktogramme auf der Verpackungsvorderseite gelten in Deutschland derzeit keine gesetzlich verpflichtenden Vorgaben (Indikator H.1.4). Geplant ist, den sogenannten Nutri-Score, eine fünfstufige farbige Bewertungsskala der Nährwerte eines Lebensmittels, im Verlauf des Jahres 2020 auf freiwilliger Basis einzuführen [21]. Eine verbindliche Einführung ist auf Grund der geltenden Rechtslage derzeit nur möglich, wenn sie für die gesamte Europäische Union Gültigkeit hätte [27]. Die Bundesregierung hat angekündigt, sich auf europäischer Ebene für eine verbindliche Einführung des Nutri-Score einzusetzen [28].

Einordnung der Ergebnisse

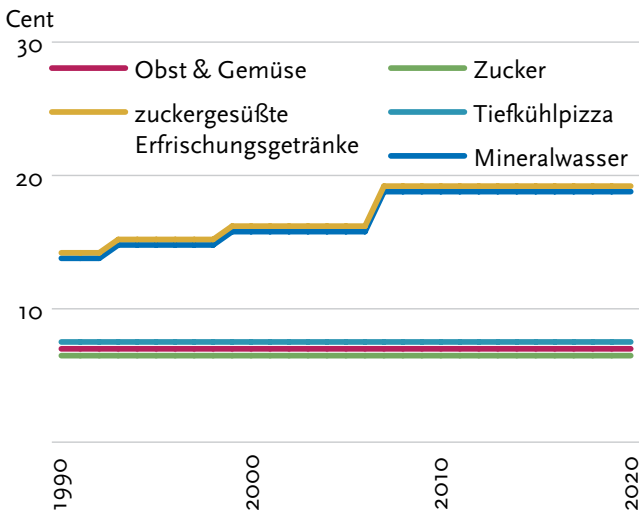
In Deutschland werden bereits einige Policy-Maßnahmen umgesetzt, die für die Prävention von Adipositas relevant sind. Hierzu gehören z. B. Maßnahmen zur Verbesserung der Verpflegung in Kitas und Schulen, die Veröffentlichung von Bewegungs- und Ernährungsleitlinien sowie Informations- und Bildungsangebote, die eine gesündere Ernährung der Bevölkerung fördern sollen [29, 30]. Die hier berichteten Indikatoren verdeutlichen jedoch, dass für zentrale Policy-Maßnahmen aus dem Bereich der Adipositasprävention im Kindes- und Jugendalter noch erhebliches Potential besteht [8, 30]. So ist zwar mit der geplanten Einführung des Nutri-Scores ein wichtiger Schritt hinsichtlich einer leicht verständlichen Nährwertkennzeichnung erfolgt. Im Bereich der Einschränkungen für die Vermarktung von Lebensmitteln an Heranwachsende, die im Rahmen einer ausgewogenen Ernährung nur mäßig verzehrt werden sollten, sind derzeit allerdings keine maßgeblichen Entwicklungen absehbar [11, 31, 32]. Einschränkend muss berücksichtigt werden, dass dieser Indikator nur allgemeingültige Maßnahmen berücksichtigt. Selbstverpflichtungen einzelner Lebensmittelproduzenten, wie z. B. der im Jahr 2007 veröffentlichte EU Pledge [33], der eine Beschränkung der Lebensmittelwerbung für Kinder vorsieht, werden somit nicht berücksichtigt. Die Wirksamkeit solcher Selbstverpflichtungen wird grundsätzlich jedoch als gering bewertet [5, 34].

Policy-Maßnahmen, die auf der Verhältnisebene ansetzen und so die Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen gesundheitsförderlich verändern, sind ein zentrales Instrument zur Prävention von Adipositas im Kindes- und Jugendalter. Da solche Maßnahmen schon bei den „Ursachen der Ursachen“ der Adipositas ansetzen, ist ihre Wirkung naturgemäß schwieriger zu planen und zu messen. Empfehlungen, welche Maßnahmen auf nationaler Ebene umgesetzt werden sollten, liefern beispielweise das Gutachten des Wissenschaftlichen Beirats für Agrarpolitik, Ernäh-

rung und gesundheitlichen Verbraucherschutz zu einer integrierten Ernährungspolitik [35], die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) [30] oder der NOURISHING-Framework des World Cancer Research Fund [36]. Zudem werden im Rahmen des Healthy Food Environment Policy Index (Food-EPI) derzeit evidenzbasierte Reformoptionen für Policy-Maßnahmen im Bereich der Ernährung zusammengetragen und priorisiert [37].

Indikator H.1.1: Steuerbelastung ausgewählter Lebensmittelgruppen

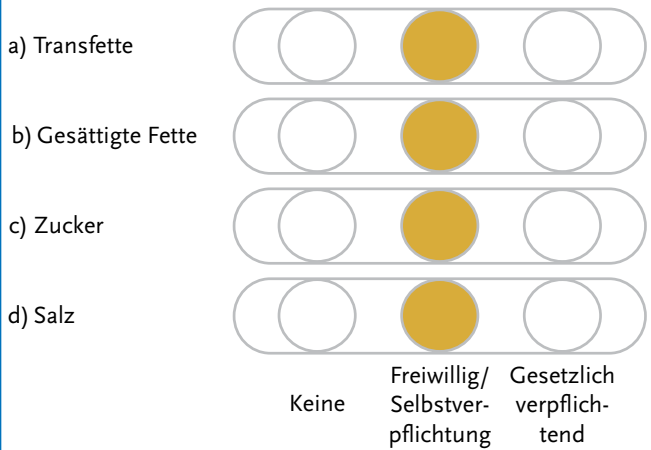
Steuerbelastung in Cent pro 100 Cent Lebensmittelpreis für a) Obst und Gemüse, b) zuckerhaltige Erfrischungsgetränke, c) Zucker, d) Tiefkühlpizza, e) Mineralwasser.



| | |
|---------------------|------------------|
| Datenquelle | [14] |
| Datenhalter | Nicht zutreffend |
| Aktualität | 2020 |
| Periodizität | Jährlich |
| Regionalität | Deutschland |

Indikator H1.2: Reformulierungsvorgaben

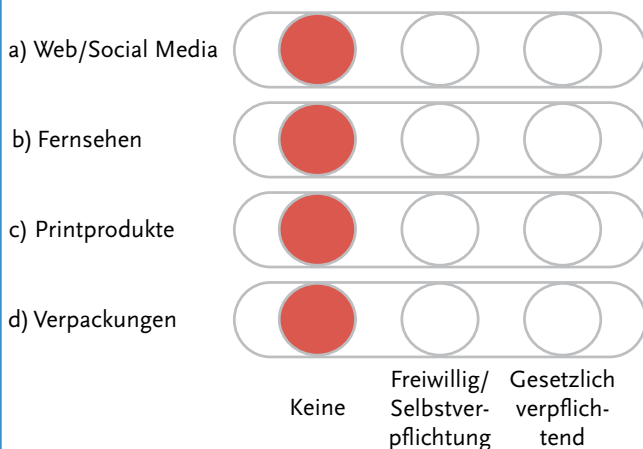
Der Grad der Verpflichtung von Reformulierungsvorgaben für a) Transfette, b) gesättigte Fette, c) Zucker und d) Salz.



| | |
|---------------------|------------------|
| Datenquelle | [15, 16, 23-25] |
| Datenhalter | Nicht zutreffend |
| Aktualität | 2020 |
| Periodizität | Jährlich |
| Regionalität | Deutschland |

Indikator H.1.3: Einschränkungen für die Vermarktung von Lebensmitteln an Kinder und Jugendliche

Grad der Verpflichtung von allgemeingültigen Einschränkungen für die Vermarktung von Lebensmitteln an Kinder und Jugendliche a) im Web/Social Media, b) im Fernsehen, c) in Printprodukten und d) auf Verpackungen.



Datenquelle [17, 18, 26]

Datenhalter Nicht zutreffend

Aktualität 2020

Periodizität Jährlich

Regionalität Deutschland

Indikator H.1.4: Vorgaben zur vereinfachten Nährwertkennzeichnung

Grad der Verpflichtung für eine vereinfachte Nährwertkennzeichnung anhand farbiger Piktogramme auf der Verpackungsvorderseite.

Einfache grafische Kennzeichnung auf der Verpackungsvorderseite



Keine Freiwillig/
Selbstver- Gesetzlich
pflichtung* verpflichtend

*Rechtssetzungsverfahren voraussichtlich im Herbst 2020 abgeschlossen.

Datenquelle [20, 21, 27, 28]

Datenhalter Nicht zutreffend

Aktualität 2020

Periodizität Jährlich

Regionalität Deutschland

Literatur

1. World Health Organization (WHO) (2016) Report of the commission on ending childhood obesity. WHO, Geneva
2. Centers for Disease Control and Prevention (CDC) (2017) Definition of Policy. www.cdc.gov/policy/analysis/process/definition.html (Stand: 30.11.2017)
3. Capacci S, Mazzocchi M (2011) Five-a-day, a price to pay: an evaluation of the UK program impact accounting for market forces. *Journal of Health Economics* 30(1):87-98
4. Backholer K, Blake M, Vandevijvere S (2017) Sugar-sweetened beverage taxation: an update on the year that was 2017. *Public Health Nutrition* 20(18):3219
5. Chambers SA, Freeman R, Anderson AS et al. (2015) Reducing the volume, exposure and negative impacts of advertising for foods high in fat, sugar and salt to children: a systematic review of the evidence from statutory and self-regulatory actions and educational measures. *Preventive Medicine* 75:32-43
6. Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) (2017) Nationaler Radverkehrsplan 2020. BMVBS, Berlin
7. Swinburn BA, Sacks G, Hall KD et al. (2011) The global obesity pandemic: shaped by global drivers and local environments. *The Lancet* 378(9793):804-814
8. Lyn R, Heath E, Dubhashi J (2019) Global implementation of obesity prevention policies: a review of progress, politics, and the path forward. *Current Obesity Reports* 8(4):504-516
9. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2019) The Heavy Burden of Obesity. The Economics of Prevention. OECD. www.oecd-ilibrary.org/social-issues-migration-health/the-heavy-burden-of-obesity_67450d67-en (Stand: 13.07.2020)
10. Scrinis G, Monteiro CA (2017) Ultra-processed foods and the limits of product reformulation. *Public Health Nutrition* 21(1):247-252
11. Gerlach S (2020) Verantwortungsvolles Kindermarketing. *Ernährungs Umschau* 6:356-363
12. Effertz T, Garlichs D, Gerlach S et al. (2015) Wirkungsvolle Prävention chronischer Krankheiten. *Prävention und Gesundheitsförderung* 10(1):95-100
13. WHO Regional Office for Europe (WHO Europe) (2017) Incentives and disincentives for reducing sugar in manufactured foods: An exploratory supply chain analysis. A set of insights for Member States in the context of the WHO European Food and Nutrition Action Plan 2015–2020. WHO Europe, Copenhagen www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0004/355972/Sugar-report_WHO_107773_updated-and-revised-Dec-2017.pdf (Stand: 16.09.2020)
14. Umsatzsteuergesetz in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. Februar 2005 (BGBl. I S. 386), das zuletzt durch Artikel 3 des Gesetzes vom 29. Juni 2020 (BGBl. I S. 1512) geändert worden ist. *Bundesgesetzblatt Jahrgang 2005 Teil I Nr. 13 S. 386.*
15. Europäisches Parlament, Rat der Europäischen Union (2006) Verordnung (EG) Nr. 1925/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Dezember 2006 über den Zusatz von Vitaminen und Mineralstoffen sowie bestimmten anderen Stoffen zu Lebensmitteln. *Amtsblatt der Europäischen Union, Brüssel*
16. Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2018) Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie für Zucker, Fette und Salz in Fertigprodukten. BMEL, Bonn. www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/NationaleReduktionsInnovationsstrategie-Layout.pdf?__blob=publicationFile&v=4 (Stand: 13.07.2020)
17. Europäisches Parlament, Rat der Europäischen Union (2018) Richtlinie (EU) 2018/1808 des Europäischen Parlamentes und des Rates vom 14. November 2018 zur Änderung der Richtlinie 2010/13/EU zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) im Hinblick auf sich verändernde Marktgegebenheiten. *Amtsblatt der Europäischen Union, Brüssel*
18. Deutscher Werberat (2017) Lebensmittel. www.werberat.de/lebensmittel (Stand: 30.11.2017)
19. Europäisches Parlament, Rat der Europäischen Union (2011) Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel und zur Änderung der Verordnungen (EG) Nr. 1924/2006 und (EG) Nr. 1925/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates und zur Aufhebung der Richtlinie 87/250/EWG der Kommission, der Richtlinie 90/496/EWG des Rates, der Richtlinie 1999/10/EG der Kommission, der Richtlinie 2000/13/EG des Europäischen Parlaments und des Rates, der Richtlinien 2002/67/EG und 2008/5/EG der Kommission und der Verordnung (EG) Nr. 608/2004 der Kommission Text von Bedeutung für den EWR. *Amtsblatt der Europäischen Union, Brüssel.*
20. Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) (2017) Verordnung zur Durchführung unionsrechtlicher Vorschriften betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel (Lebensmittelinformations-Durchführungsverordnung - LMIDV).
21. Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2020) Erweiterte Nährwertkennzeichnung: Verbraucherinnen und Verbraucher wollen Nutri-Score. www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/lebensmittel-kennzeichnung/freiwillige-angaben-und-label/naehrwertkennzeichnungs-modelle-nutriscore.html (Stand: 13.07.2020)
22. Zweites Gesetz zur Umsetzung steuerlicher Hilfsmaßnahmen zur Bewältigung der Corona-Krise (Zweites Corona-Steuerhilfegesetz) Vom 29. Juni 2020. *Bundesgesetzblatt Jahrgang 2020 Teil I Nr. 31.*
23. Europäisches Parlament, Rat der Europäischen Union (2011) Verordnung (EU) Nr. 609/2013 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Juni 2013 über Lebensmittel für Säuglinge und Kleinkinder, Lebensmittel für besondere medizinische Zwecke und Tagesrationen für gewichtskontrollierende Ernährung und zur Aufhebung der Richtlinie 92/52/EWG des Rates, der Richtlinien 96/8/EG, 1999/21/EG, 2006/125/EG und 2006/141/EG der Kommission, der Richtlinie 2009/39/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnungen (EG) Nr. 41/2009 und (EG) Nr. 953/2009 des Rates und der Kommission Text von Bedeutung für den EWR. *Amtsblatt der Europäischen Union, Brüssel*
24. Europäisches Parlament, Rat der Europäischen Union (2011) Verordnung (EU) Nr. 61/2011 der Kommission vom 24. Januar 2011 zur Änderung der Verordnung (EWG) Nr. 2568/91 über die Merkmale von Olivenölen und Oliventresterölen sowie die Verfahren zu ihrer Bestimmung. *Amtsblatt der Europäischen Union, Brüssel*
25. Max Rubner-Institut (MRI) (2019) Konzept: Produktmonitoring-Folgeerhebung. MRI, Karlsruhe.

26. Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag, RStV) vom 31. August 1991, in der Fassung des Zweiundzwanzigsten Staatsvertrages zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (Zweiundzwanzigster Rundfunkänderungsstaatsvertrag), in Kraft seit 1. Mai 2019
27. Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2020) Nutri-Score-Kennzeichnung in Brüssel zur Notifizierung. Pressemitteilung Nr. 48/2020. www.bmel.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2020/048-nutri-score-notifizierung.html;jsessionid=6AE9A61C8EA7A253582FE2E1F342E14D.internet2841 (Stand: 13.07.2020)
28. Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2020) Nutri-Score-Kennzeichnung kommt weiteren Schritt voran - Bundeskabinett billigt Verordnung von Bundesministerin Julia Klöckner. Pressemitteilung Nr. 137/2020 vom 19. August 2020. www.bmel.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2020/137-nutri-score-kennzeichnung.html (Stand: 23.08.2020)
29. Europäische Kommission (EC) (2018) Supporting the mid-term evaluation of the EU Action Plan on Childhood Obesity. The Childhood Obesity Study. EC, Brüssel
30. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2019) The Heavy Burden of Obesity. The Economics of Prevention. Germany. OECD. www.oecd.org/germany/Heavy-burden-of-obesity-Media-country-note-GERMANY.pdf (Stand: 13.07.2020)
31. World Health Organisation (WHO) (2012) A framework for implementing the set of recommendations on the marketing of foods and non-alcoholic beverages to children. WHO, Genf
32. WHO Regional Office for Europe (WHO Europe) (2018) Evaluating implementation of the WHO Set of Recommendations on the marketing of foods and non-alcoholic beverages to children. WHO Europe, Copenhagen
33. World Federation of Advertisers (WFA) (2017) EU Pledge. www.eu-pledge.eu (Stand: 30.11.2017)
34. foodwatch e.V. (2015) foodwatch-Studie: Kindermarketing für Lebensmittel. foodwatch e.V., Berlin
35. Wissenschaftlicher Beirat für Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlichen Verbraucherschutz beim BMEL (WBAE), Politik für eine nachhaltigere Ernährung: Eine integrierte Ernährungspolitik entwickeln und faire Ernährungsumgebungen gestalten. Gutachten. Berlin. www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_Ministerium/Beiraete/agrarpolitik/wbae-gutachten-nachhaltige-ernaehrung.pdf;jsessionid=992F1920CC150ACF75384E5F1F66B71E.intranet921?__blob=publicationFile&v=3 (Stand: 16.09.2020)
36. World Cancer Research Fund (WCRF) (2020) NOURISHING Framework. <http://www.wcrf.org/int/policy/nourishing-framework> (Stand: 13.07.2020)
37. International Network for Food and Obesity / Non-communicable Diseases (NCDs) Research, Monitoring and Action Support (INFORMAS), (2020) INFORMAS in Germany. www.informas.org/germany (Stand: 13.07.2020)



Bevölkerungsweites Monitoring
adipositasrelevanter Einflussfaktoren
im Kindes- und Jugendalter

Robert Koch-Institut · Abteilung für Epidemiologie und Gesundheitsmonitoring
Fachgebiet Gesundheitsverhalten · General-Pape-Straße 62-66 · 12101 Berlin



Dieses Werk ist lizenziert unter einer [Creative Commons Namensnennung 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Zitierweise

Robert Koch-Institut (RKI) (2020) AdiMon-Themenblatt: Policy-Maßnahmen (Stand: 5. Oktober 2020).
www.rki.de/adimon

Förderungshinweis

Diese Arbeit wurde unterstützt durch Förderungen des Bundesministeriums für Gesundheit (Förderkennzeichen ZMV11-2518KIG700).