

Nieuwe alliantie maakt vuist tegen ongezonde kindermarketing

15 februari 2015

Organisaties en wetenschappers bundelen in de Alliantie *Stop kindermarketing ongezonde voeding* hun krachten. Dit brede samenwerkingsverband streeft naar een stevig pakket aan wettelijke maatregelen om de op kinderen gerichte marketing van ongezonde voedingsmiddelen aan banden te leggen. De Alliantie zal aandringen op wetgeving, omdat zelfregulering van de zijde van de voedingsindustrie slechts met kleine stapjes gaat en onvoldoende resultaat oplevert om kinderen echt te beschermen.

Wettelijke maatregelen noodzakelijk

De Alliantie *Stop kindermarketing ongezonde voeding* vindt dat ieder kind het recht heeft om op te groeien in een gezonde omgeving, waarbij een gezond voedingspatroon de norm is. De Alliantie dringt daarom aan op de volgende maatregelen:

- Het opstellen van heldere voedingscriteria: marketing gericht op kinderen mag uitsluitend voor voedingsmiddelen die een positief effect hebben op de gezondheid (dit zijn de voorkeursproducten binnen de basisproductgroepen van de Richtlijnen Voedselkeuze van het Voedingscentrum).
- Op kinderen gerichte marketingmethodes, zoals het gebruik van kinderidolen, animatiefiguren, winacties, spaaracties, prijsvragen, spelletjes en dergelijke, mogen alleen nog worden ingezet voor de bovengenoemde voorkeursproducten.

Kidsmarketing draagt bij aan overgewicht

In Nederland heeft één op de zeven kinderen overgewicht. Marketing gericht op kinderen draagt hier voor een groot deel aan bij: het is wetenschappelijk bewezen dat deze marketing voor producten met veel (verzadigd) vet en suiker kinderen sterk beïnvloedt.

De maatregelen die de Alliantie voorstelt, leveren een bijdrage aan het voorkomen van overgewicht bij kinderen en verkleinen het risico op het ontstaan van gewrichts- en psychische problemen, diabetes type 2, hart- en vaatziekten en kanker op latere leeftijd.

Samenwerkende partners

De Alliantie *Stop kindermarketing ongezonde voeding* is in februari 2015 opgericht en bestaat uit de Consumentenbond, het Diabetes Fonds, foodwatch Nederland, de Hartstichting, de Nederlandse Associatie voor de Studie van Obesitas, de Nederlandse Obesitas Vereniging, de Nederlandse Vereniging van Diëtisten, de Nederlandse Vereniging voor Kindergeneeskunde, het Wereld Kanker Onderzoek Fonds en wetenschappers van Kinder Obesitas Centrum Heideheuveel, de Universiteit Maastricht en de Vrije Universiteit.

Lees het volledige position paper: Marketing van voedingsmiddelen gericht op kinderen: mag het gezonder?! op www.stopkindermarketing.nl.

De Alliantie *Stop kindermarketing ongezonde voeding* komt ook aan het woord in het KRO-NCRV programma [de Monitor](#) op zondag 15 februari (NPO2 - 22.35 uur).

Alliantie **Stop kindermarketing**
ongezonde voeding

Voor meer informatie:
Babs van der Staak
telefoon:
e-mail:

woordvoerder Consumentenbond
070 – 445 44 63 / 06 – 22 42 19 81
bvdstaak@consumentenbond.nl



**Kinder Obesitas Centrum
Heideheuvel**

Olga van der Baan-Slootweg,
kinderarts sociale pediatrie

NASO



Professor Marleen van Baak,
Emeritus hoogleraar Fysiologie
van obesitas



Dr. Jessica Gubbels, namens
Leerstoelgroep Preventie van
Obesitas (Professor S. Kremers)

Vrije Universiteit Amsterdam

Jaap Seidell, Hoogleraar
voeding en gezondheid

