

Vorbereitende Hausaufgabe für das WiPo-Modul am 18.06.

Thema der Stunde: Werbeverbot für ungesunde Lebensmittel – eine effektive Maßnahme?

Hauptintention: Die SuS erweitern ihre Fähigkeit, die Maßnahme eines Werbeverbots am Beispiel ungesunder Lebensmittel differenziert (Kategorie: Effektivität) zu bewerten.

Beschreibung der Ergebnissicherung:

Die SuS bearbeiteten zunächst arbeitsteilig ein Material, in welchem indirekte Pro- und Contra-Argumente für die Effektivität eines solchen Werbeverbots enthalten waren. Nach dem Erschließen des Materials wurden sie aufgefordert, konkrete Argumente zu formulieren und diese auf ihnen zugeteilten Tafelkarten zu sichern. Diese pinnten sie eigenständig an der Tafel an. Anschließend wurde das Tafelbild in einem UG reorganisiert, indem doppelte Argumente hintereinander gehängt wurden und gemeinsam ein Cluster entwickelt wurde, um die Argumente zu ordnen.

Werbeverbot für ungesunde Lebensmittel - effektiv?

Kategorie

Pro

Gesundheit

- Kinder sind zu dick
15% Übergewichtig
- Als Kind dick = Als Erwachsener dick
In jungen Jahren werden Geschmack und Essverhalten geprägt.

Wirksamkeit

- In Großbritannien hat ein solches Verbot große Wirkung gezeigt (4,82%)
- Zigarettenkonsum durch Verbot von stark zuckerhaltigen (seit 1992 um 50%)
- Hersteller könnten animiert werden über den Zucker + Fettgehalt ihrer Produkte nachzudenken

EINFLUSS

- Die Kinder können die Folgen von Süßigkeiten nicht erkennen
↳ Kinder durch 15 Werbungen 5% weniger gegessen
- Laut Nährwertangaben des WHO kann man im gesunden und ungesunden unterscheiden
↳ Bismittel aus Salz, Fett und Zuckergehalt
- Influencerwerbung zu ungesunden Lebensmitteln eher verbieten
→ Mehr Einfluss
- Hersteller könnten animiert werden über den Zucker und Fettgehalt ihrer Produkte nachzudenken

Wirtschaftlichkeit

Contra

Tobak

- Bei Tabakwaren haben Regelungen nicht gehalten. Die Raucherquote ist trotzdem stark angestiegen
- Tobaklebens ist sehr "teufelig" darin, Werbeverbot zu umgehen

Influencerwerbung

- Bei Influencerwerbung wird es schwierig zu überprüfen sein

weniger Werbung = weniger Konsum

- Werbung richtet sich selten an Kinder
- Kinder sind nicht unbedingte Kunden - sondern die Eltern
- Kinder lernen nicht nur am selbst Verhalten, sondern für das Essverhalten zu übernehmen
- ↳ Einschränkungen wären nur effektiv, wenn man alle Menschen anspricht

Medien

- Medien werden durch Werbung finanziert
- Wenn diese Einnahmemöglichkeit nicht mehr vorhanden ist, führt das zu einem extremen Strukturverlust

Steuerverlust

- wenige Einnahmefähigkeiten dadurch Steuerverlust
- ↳ Last für Mediale Vielfalt