

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 Werbeverbot stark zurückgegangen (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
↳ Werden durch 15 Werbungen 5x täglich gequält
- Laut Nährwertangaben des WHO kann man im Grunde fast alles essen, was man will, ohne zu dick zu werden
↳ Bismarck hat Süß, Fett und Zucker gemischt
- Einflusswerbung zu ungesunden Lebensmitteln eher verbieten
→ Mehr Einfluss

Wirtschaftlichkeit

- Hersteller könnten animiert werden über den Zucker und Fettgehalt ihrer Produkte nachzudenken

Contra

Steuerverlust

- Weniger Werbung = weniger Konsum
- Werbung richtet sich selten an Kinder
↳ Kinder sind nicht unbedingt Kunden - sondern die Eltern
↳ Kinder lernen nicht nur am selbst Verbot - Werbung für das Essenverhalten zu übernehmen
↳ Einschränkungen wären nur effektiv, wenn man alle Menschen anspricht
- Wenige Einnahmefähigkeiten
↳ dadurch Steuerverlust
↳ Last für Medien Vielfalt

Medien

- Bei Influencerwerbung wird es schwierig zu überprüfen sein
- Medien werden durch Werbung finanziert
↳ Wenn diese Einnahmefähigkeiten nicht mehr vorhanden ist, führt das zu einem extremen Überangebot