nieuws

"Voedingsreclame maakt overgewicht bij kinderen erger"

nieuws

"Kinderen en jongeren worden meer en meer gepusht richting voeding met te veel vet, suiker of zout en de reclame ervoor maakt de situatie nog erger", zo vinden Test-Aankoop, de Gezinsbond en diens Franstalige tegenhanger. Daarom hebben ze de website nojunkfood4kids.be gelanceerd, die ouders en hun kroost moet sensibiliseren. In België is reclame en ‘product placement’ verboden in tv-programma’s voor kinderen. Verder bestaat er een gedragscode voor het bedrijfsleven om die reclame te weren vijf minuten voor en na een kinderprogramma. Onvoldoende als je het de drie middenveldorganisaties vraagt. Zij eisen een algemeen Europees verbod op reclame gericht op kinderen voor de producten uit de top van voedingspiramide.

6 APRIL 2016 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:26

Lees meer over:
consument
gezondheid



"Kinderen en jongeren worden meer en meer gepusht richting voeding met te veel vet, suiker of zout en de reclame ervoor maakt de situatie nog erger", zo vinden Test-Aankoop, de Gezinsbond en diens Franstalige tegenhanger. Daarom hebben ze de website nojunkfood4kids.be gelanceerd, die ouders en hun kroost moet sensibiliseren. In België is reclame en ‘product placement’ verboden in tv-programma’s voor kinderen. Verder bestaat er een gedragscode voor het bedrijfsleven om die reclame te weren vijf minuten voor en na een kinderprogramma. Onvoldoende als je het de drie middenveldorganisaties vraagt. Zij eisen een algemeen Europees verbod op reclame gericht op kinderen voor de producten uit de top van voedingspiramide.

"Meer dan één op de tien kinderen lijdt aan overgewicht", trekken Test-Aankoop, de Gezinsbond en La Ligue des familles aan de alarmbel. "De voorbije 30 jaar verdrievoudigde dat aantal, met alle gezondheidsproblemen van dien. Een zwaarlijvig kind loopt meer risico op cardiovasculaire aandoeningen, diabetes, artrose, astma, slaapstoornissen en kanker. Bijkomend mogen ook alle psychologische en sociale problemen niet uit het oog worden verloren." Veel ouders menen dat overgewicht wel zal verdwijnen door de groei van het kind maar dat is zelden het geval. Hoe langer een kind aan overgewicht lijdt, hoe minder kans dat de kilo’s teveel spontaan zullen verdwijnen.

De drie organisaties vinden dat deze problematiek versterkt wordt door reclame voor vet-, suiker- en zoutrijk voedsel. "De regels voor reclame zijn enerzijds veel te laks en worden makkelijk opzij geschoven voor publiciteitscampagnes uit het buitenland, of zijn anderzijds louter facultatief", luidt het. Ze vinden het bijvoorbeeld niet kunnen dat populaire figuren, zoals tekenfilmpersonages, sporters en zangers, gebruikt worden om ongezonde voeding te promoten. Of dat kinderen aangemoedigd worden om snoepgoed te eten omdat ze op die manier speeltjes kunnen verzamelen. “Grote bedrijven zoals Disney en Studio 100 zouden een meer

verantwoordelijke houding tegenover kinderen moeten aannemen. In eigen land zijn Maya, Plop en K3 alomtegenwoordig op voedingsverpakkingen", klinkt het.
In een recente enquête van Test-Aankoop meldt 44 procent van de ondervraagden conflictsituaties met kinderen door reclame. Vier op de tien is van mening dat de reclame op televisie voor voeding voor kinderen verboden moet worden. Bijna zes op de tien vindt dat de reclamebanners op het internet moeten verdwijnen. Voor een betere bescherming van de voedingsgezondheid van kinderen vragen Test-Aankoop en co een verbod op alle reclame (tv, radio, internet en gsm) voor kinderen onder de 12 of zelfs 14 jaar voor producten uit de top van de voedingspiramide. "Dit verbod moet Europees zijn", meent het middenveld, "want onze kinderen kijken naar Franse en Nederlandse zenders en het internet kent geen grenzen." Op voedingsverpakkingen ijveren ze voor een meer verantwoorde en minder agressieve marketing, bijvoorbeeld zonder mascotte of speeltjes om te verzamelen.
Test-Aankoop en de Gezinsbond lieten voedingsexperten de etiketten van een 100-tal producten analyseren. De resultaten daarvan zijn terug te vinden op de website nojunkfood4kids.be, waar ook meer informatie te raadplegen is over de gevolgen ongezonde voeding. De tips voor ouders zijn heel concreet: "Koekjes zijn het modelvoorbeeld van producten bovenaan in de voedingspiramide. Voor kinderen is de maximale portie 30 gram. Ontbijtgranen voor kinderen bevatten vaak suiker en toegevoegde honing, chocolade of karamel. De criteria die door de sector worden opgelegd, raden aan om 30 gram suiker niet te overschrijden, maar heel wat ontbijtgranen gaan daar vrolijk boven." Test-Aankoop concludeert daaruit dat we terug moeten naar de basiswaarden van de voedingspiramide.
Meer info: www.nojunkfood4kids.be

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen
Crafted by Brigada