

Das Vermarkten von ungesunden Produkten, das ist nicht nur einfach ärgerlich für die Eltern, das ist nicht nur einfach ein Marketing-Trick, das ist ein riesiges gesellschaftliches Problem. Das ist in der Marketing-Sprache sogar ein Begriff, der etabliert ist, nämlich die Quengel macht der Kinder und der wird genutzt.

Warum sind eigentlich die Lebensmittel, also die meistens hochverarbeiteten Lebensmittel, warum haben die so viel Zucker, Fett und Salz?

Man kommt ja einfach eigentlich nur die Comic-Figur drauf da und wirklich was einig da, wo ich jetzt sage,

das ist zumindest den WHO-Kriterien entsprechend.

Durch diese Interaktion über Social Media, über das Internet, werden die Kinder noch mehr gebunden

an das Produkt und an diese Art von Werbung.

Es ist vorwichtig, dass unsere nächste Generation das Handling mit diesen ganzen Informationen, Medien, Werbung und so weiter, dass wenn wir da geschult werden, auch in den Schulen zum Beispiel,

dass ich einfach erkennen, das ist Werbung, das ist Ermeinung und das ist Wissen.

Bewusstsein und Aufklärung ist alles ganz, ganz wichtig, unbedingt, bitte, ja, mehr Ernährungsbildung auch schon in den Kindergarten, unbedingt.

Hallo und herzlich willkommen zum Podcast, der nichts weiß,

muss alles essen, der Podcast von Landschaft Leben.

Schön, dass du heute wieder mit dabei bist.

Und bei mir, Heizer Gast, ist Heidi, Partner.

Du bist von Foodwatch.

Voll schön, dass du da bist.

Ja, herzlichen Dank für die Einladung.

Ich freu mich, dass ich heute dabei sein darf.

Ich freu mich auch.

Ich muss jetzt ein bisschen ausholen und ein bisschen herleiten,

warum ich die unbedingt da haben wollte heute.

Ich muss da zurückgehen zu einer Situation mit meinem öteren Sohn eigentlich,

das ist jetzt sicher schon zehn Jahre her, wo ich eigentlich immer sehr bewusst

vor allem, wie mein Kind gekriegt habe, voll bewusst einkauft habe,

als Mama alles richtig machen wollte,

natürlich beim Essen voll genau geschaut habe, wo die Lebensmittel hergekommen und so weiter,

alles selber hergestellt habe, quasi in dem Sinn,

dass ich einfach immer frisch kocht habe, geschaut wurde,

ob's zum Gemüse hergekommen und so weiter und so fort,

das habe ich da noch bewusster gemacht, wie vorher wahrscheinlich.

Und dann war es irgendwann so natürlich, dass ich mit ihm einkaufen gehe

und wie wahrscheinlich, ich nehme mal an, dass das fast jede öternteil irgendwann erlebt habe,

mein Kind liegt vor irgendeinem so einen Kühleregal mit lauter Joghurt,

wo irgendwie so Disneyfiguren drauf waren und hat sich hingelegt

und hat gesagt, er würde es und ich habe gesagt, nein, das gibt es nicht

und er hat gesagt, er würde es.

Und dann habe ich mich alle angeschaut, ich habe links und rechts geschaut

und dann habe ich mir gedacht, okay, wen gehört das Kind?

Ich muss ganz schnell agieren.

Und dann habe ich mir gedacht, okay, ich nehme es so schlimm, kann es nicht sein, wenn es für ein Kind gemacht ist.

Das war mein Gedanke.

Es kann ja gar nicht so schlimm sein, wenn es für ein Kind produziert worden ist.

Da haben dann Ausback, der wollte es natürlich so viel essen,

dann haben wir gedacht, wow, die schmeckt wirklich nicht gut für mich jetzt.

Dann haben wir gedacht, okay, was ist denn da drin?

Und da bin ich eigentlich das erste Mal auf das gestoßen,

dass ich nachgeschaut habe, was sind eigentlich die Empfehlungen von der WHO,

wie viel Zucker zum Beispiel in einem Kinderjoghurt drin sein soll.

Mittlerweile gibt es da auch wieder neue Zahlen, adaptiert, 2023.

Und ihr habt das unter anderem wahrscheinlich auch,

aber das Kinderlebensmittel per se als Anlass genommen,

dass ihr eine große Aktion quasi gemacht habt,

wo ich die nachher noch für eins gehört habe,

zu dieser Thematik, wie wird eigentlich ein Lebensmittel für Kinder beworben

und was haben wir da eigentlich für Risiken.

Und dann haben wir gedacht, wow, die muss ich da sitzen haben

und die ist da, voll schön.

Ich brauche mich total.

Und ich kann nicht beruhigen, also die,

bzw. jetzt ist auch schon ein Seil her,

aber so wie es dir gegangen ist damals,

so geht es ganz, ganz vielen Eltern, ganz, ganz vielen Menschen,

die einfach mit Kindern einkaufen gehen.

Und an dem Beispiel sieht man ganz, ganz gut, wie trickreich die Lebensmittelindustrie,

die Kinder gehödert und so, dass die Eltern oder die Betreuungspersonen

einfach in eine ganz, ganz schwierige Situation gebracht werden.

Und ich glaube, deine Reaktion ist eine, die ganz, ganz viele Eltern

und ganz viele Betreuungspersonen nachvollziehen können,

damit man halt aus dem Supermarkt heil rauskommt mit dem Kind

und in der Hoffnung ist es nicht so schlimm,

nicht so ungesund, er nimmt man es halt dann mit

und ja, zauß hat man halt die Situation,

dass man damit irgendwie umgehen muss und sich überlegt,

okay, wir machen es beim nächsten Mal anders.

Jetzt sagen wir natürlich grundsätzlich mal,

also würde ich jetzt mal sagen,

dass ich schon meine freien Entscheidungen treffen will,

als Konsument, wir selber als Landschaft leben,
sagen natürlich auch immer Eigenverantwortung,
wollen wir fördern und mal so bewusst Konsumententscheidungen treffen.
Jetzt sagts ihr, dass aber ein unglaubliches Angebot auch gibt
und wie mein Erfahrung zum Beispiel auch war,
dass man dem einfach ab und zu erliegt
und wo man dann natürlich nicht die Verpackung umdraht,
dann macht man das vielleicht zu einer Dauerverköstigung deiner Kinder
und kommt sich darauf, hey, das ist ja eigentlich jetzt gar nicht optimal,
weil da ist entweder zu viel Zucker drin, zu viel Fett oder auch sehr salzreich.
Das sind eigentlich die drei klaren Kriterien,
wo man sagen kann, das ist eigentlich die kräteste Betreuung in dem Sinn.
Ich für mich habe da ein Handling gefunden, wo ich mir dacht habe,
okay, es ist eigentlich so, wo ich auf hochverarbeitete Lebensmittel verzichte,
dann tu ich da schon mal ganz, ganz, ganz viel weg.
Was ist jetzt eigentlich grundsätzlich einmal
dieses Kindermarketing bei Lebensmittel?
Genau, das grundsätzliche Problem, das du geschildert hast,
ist diese Figuren oder die Figuren,
die die Kinder halt da sehr in Lieblingsserien kennen
und die Figuren, die die Kinder ansprechen.
Jeder kennt so die Comic-Maxi oder Tiere zum Beispiel, sind ganz beliebt,
und zwar Tiere, die wirklich Kleinkinder ansprechen,
so mit den großen Augen und den großen runden Köpfen,
also wo man einfach sagt, die schaut lieber, die schaut süß aus
und das will man dem Kind ja vielleicht da kaufen.
Aber diese Figuren oder diese Aufzandsspielebeigaben,
die sind auf Lebensmittel und drauf, die wirklich nicht gesund sind.
Also die haben ganz oft entweder zu hohen Zuckergehalt oder zu hohen Fettgehalt
oder in den Knaberei-Regalen,
das ist oft ein sehr hoher Salzgehalt und der Fettgehalt
von gesättigten Fettsäuren.
Das sind problematische Nährstoffe, die man es erkennt.
Also auch wenn man wächst, sind sie problematisch,
aber wenn man es erkennt, zu viel aufnimmt.
Im jungen Jahr kann das sehr früh zu wirklich gravierenden gesundheitlichen Problemen kommen.
Und das Problem ist, weil du angesprochen hast, die Wahlfreiheit.
Natürlich, ja, also wir als Konsumenten, Konsumentinnen,
wenn wir die Möglichkeit haben, uns geschickt zu informieren,
was übrigens auch vom Gesetz wegen Vorgesehen ist,
der Lebensmittelgesetz sagt genau das.
Wir müssen klare Informationen bekommen,
damit wir gute Entscheidungen treffen können im Supermarkt.

Aber das Gemeine ist dann das,
dass die Lebensmittel, die laut Bunksun sind, so stark für Kinder beworben werden.
Und natürlich wissen die Konzerne auch,
dass sie die Lebensmittel durch diese Comicfiguren für Kinder attraktiv machen.
Und da beginnt der Kampf der Eltern, der Betreuungspersonen,
weil wann dieses Lebensmittel neutral gestaltet ist,
wettet mit dir, dass viele Kinder einfach vorbeigehen
und sie gar nicht dafür interessieren.
Das haben uns auch viele Eltern geschildert, die gesagt haben,
ja, das hat dem Kind noch häufig gar nicht so gut geschmeckt.
Aber weil da jetzt die Eisprinzessin oder der Panda-Bär drauf waren,
wollten die das unbedingt haben,
oder weil es der Freund, die Freundin auch gekriegt hat,
wegen diesen Figuren oder wegen einem,
da oft kennt man dieses Sticker zum Sammel,
da sind ja die Unternehmen sehr trickreich.
Also alles, was für Kinder attraktiv ist,
das macht es natürlich dann schwieriger,
diese Wahlfreiheit wirklich, also diese Wahlfreiheit zu sehen,
weil da bin ich nicht mehr in meiner Freiheit,
da bin ich in einer Situation,
wo ich massiv unter Druck gesetzt werde
und es ist in einer Marketingsprache sogar ein Begriff,
der etabliert ist, nämlich die Quengel macht der Kinder
und der wird genutzt, um die Betreuungspersonen im Supermarkt
durch die Kinder unter Druck zu setzen, so hart das klingt,
aber man hat das Eltern dann wirklich,
also du kannst natürlich dann durchsetzen,
na kauf dir das nicht
und riskierst, dass das Kind sehr, sehr enttäuscht ist.
Aber wieso musst du überhaupt in diese Situation kommen?
Wieso müssen dich die Unternehmen in diese Situation bringen?
Sie kunden ja auch, was zum Glück jetzt ein bisschen mehr kommt,
die Äpfel, die Karotten,
ein ungesüßtes Joghurt für Kinder attraktiv gestalten.
Das wäre ja super, weil dann hätten wir so viel leichter,
dass man die Kinder auch so in der Erde nähert
und denen taugt es dann auch dazu.
Ein Tipp folgt mir jetzt eigentlich,
das mache ich jetzt immer, also wenn mein Kind da anfängt,
weil das du ja einfach nimmst, die mir liege,
da mache ich eigentlich so ein bisschen Training für mich selber,
wie kann ich dem standhalten.

Und ich frage dann immer die vorbeigehenden Leute,
ob irgendwer weiß, wen das Kind kehrt.
Mein kleinerer ist 6, also da kann ich das machen,
beim Zwölfjährigen sowieso.
Und das funktioniert eigentlich sehr, sehr gut.
Du bist ja selber Ernährungswissenschaftlerin
und Leiterin von Foodwatch Österreich.
Vielleicht magst du ganz kurz erzählen,
was Foodwatch eigentlich macht.
Also für meine Wahrnehmung ist es so eine Art Konsumentenschutz.
So habe ich euch wahrgenommen,
was macht ihr und wie seid ihr organisiert?
Also Foodwatch ist ein Verein,
der sich tatsächlich für die Rechte der Konsumenten
und Konsumentinnen einsetzt.
Das klingt dann mal recht sperrig, fängt aber damit an,
dass die viele Leute gar nicht wissen,
dass es Rechte für Konsumenten und Konsumenten
in dem Lebensmittelbereich gibt.
Also wenn ich in den Supermarkt gehe, dann habe ich das Recht,
dass ich klare Informationen bekomme
und dass ich nicht doch irgendwelche triggereichen Werbemaßnahmen
zu einem Lebensmittel gelockt werde.
Das ist dann gar nicht das Held, was es verspricht, womöglich.
Also es ist ein grundlegendes Konsumentenrecht,
dass alle Konsumenten-Konsumentinnen in Europa in der EU haben
und auch in Österreich natürlich.
Teilweise in Österreich sogar noch strenger als in der EU.
Was auch gut ist, zum Schutz der Konsumenten-Konsumentinnen.
Punkt eins ist, dass wir als unabhängiger Verein,
also wir sind wirklich spendenfinanziert
und in Deutschland gibt es den Verein schon sehr viel länger,
über 20 Jahre, dort gibt es viele Mitglieder,
die sich über die Jahre auch engagiert haben,
um den Verein wachsen zu helfen.
Und wir können uns wirklich ganz unabhängig anschauen,
was passiert denn am Lebensmittelmarkt?
Welche Lebensmittel werden im Supermarkt angeboten?
Welche neuen Werbemaßnahmen haben denn die Unternehmen wieder?
Stimmt es wirklich, dass auf der Verpackung steht?
Ist ein Lebensmittel zum Beispiel, wo drauf steht
oder wo so irgendwie der Klassiker ist, die Kuh auf der Weide?
Stimmt es wirklich?

Sind die Kühe wirklich auf der Weidehaltung gehalten und ist das in Wahrheit ein Riesenbetrieb, wo die Kühe nie das Grüne gesehen haben? Aber das wirkt halt gut für Konsumenten-Konsumentinnen. Also viel von der Verpackung ist ja ein Verkaufsargument der Hersteller und kommt aus dieser, sagen wir mal, gewissen Notwendigkeit der Hersteller sich im Supermarktregal behaupten zu müssen. Nur was dann passiert ist, dass es mit der Werbung da und dort auch einmal übertrieben wird und dass wir Konsumenten-Konsumentinnen dann was kaufen, was dann am Ende nicht hält, was wir uns erwartet haben. Und dafür ist es gut, dass zum Beispiel auch da, wie in Österreich decken zum Beispiel monatlich den Werbeschiedes Monats auf und besprechen das Produkt an erzählenden Leuten, worauf müsste sie aufpassen? Wenn man jetzt zum Beispiel in den Supermarkt geht, da gibt es oft diese Rot-Weiß-Rot-Fähnchen. Ich würde mal davon ausgehen, dass viele von uns sich erwarten, Rot-Weiß-Rot-Fahne bedeutet, zumindest die wichtigsten Rohstoffe sind aus Österreich, das ist ganz oft nicht der Fall. Und die Gesetze sind einfach hergestellt in Österreich. Also abgebackte Österreich, hergestellt in Österreich, zockt nix über diesen Rohstoffe. Ganz genau, das sieht irgendwo ganz klein gedruckt im Sternchen her. Also sieht es geteilt aus der EU oder die Eier sind aus der EU oder sogar aus der Nicht-EU. Da kannst du da nichts anfangen damit nur was vom Planeten Erde. Wir informieren die Leute, wir decken diese Dinge auf. Und was wir aber auch machen, ist, wir versuchen die politische Veränderung voranzutreiben. Das heißt, wir schauen uns genau an, welche Gesetze müssen geändert werden. Und dann machen wir durchaus auch Tuck auf die Unternehmen oder auf die Politiker, Politikerinnen in Österreich oder auch auf die EU-Ebene. Wir machen dazu E-Mail-Protests, Petitionen und wir machen auch für Social Media-Aktionen. Also das ist so das Gesamtpaket oder das Ziel ist, die Gesetzeslage so zu verändern, dass wir wirklich die Möglichkeit haben, uns gut informiert, nachher frei zu entscheiden. Jetzt merken wir natürlich auch,

dass mehr hochwertete Lebensmittel,
also Convenience-Food eigentlich, gekauft wird.
Bevor wir jetzt wieder zu die Kinder kommen,
nochmal ganz kurz auch in die Richtung,
wie merkst du, dass da mehr Werbung gemacht wird
oder wird dies durch Werbung beeinflusst
oder sind wir einfach auch als Menschen jetzt einfach so,
dass wir sagen, wir kochen weniger
und wollen einfach mehr fertige Produkte haben.
Wir haben nicht so viel Zeit für das,
dass wir selber wieder alles zubereiten.
Das eine muss das andere gar nicht ausschließen,
sagen wir mal, weil man wenig Zeit hat,
kann man mit wenig verarbeiteten Produkten
sehr schnell kochen.
Ich glaube, die Kochbegeisterten werden das durchaus bestätigen
und es gibt ja auch wenig verarbeitete Produkte,
die ein leicht vorgegarter ist oder so Sachen.
Das ist nicht hochverarbeitet,
das kann man trotzdem schneller verwenden zum Kochen.
Das Grundproblem bei der Werbung, bei Marketing
ist, dass die Lebensmittel, die sehr stark verarbeitet sind,
oft auch die sind, wo die höchsten Gewinnmargen
für die Konzerne drauf sind
und das sind auch die Lebensmittel,
die dann natürlich besonders stark beworben werden.
Das sind aber die Lebensmittel,
die was uns jetzt gesundheitlich wenigstens dientlich sind.
Hast du sehr schön ausgedrückt, wenig dientlich ist
oft das Positivste, was passiert,
aber oft sind sie wirklich gesundheitlich abträglich,
weil sie ein extra hohen Salzgehalt haben,
zu viel Fett haben, zu viel Zucker haben
und zwar, selbst wenn man sich was selber macht,
ich nehme mal her, zum Beispiel Popcorn.
Das ist nicht jeder von uns jeden Tag,
aber das ist ein nettes Knäpperei
und das nimmt man vielleicht mal zum Fernsehen oder so.
Wenn ich mal selber die Maiskörner poppen,
das ist keine große Hexerei,
dann kann ich selber entscheiden, wie viel Salz gebe ich zu.
Ich kann selber entscheiden, wie viel Fett gebe ich dazu.
Wenn ich das Backel fertigkauf,

wird mir das in einer Fettmenge
und mit einer Salzmenge geliefert,
über dem ist, was ich selber verwenden würde.
Das ist bei ganz vielen verarbeiteten Produkten so.
Und das Problem ist, dass wir uns dann durch
diese sehr stark verarbeiteten Produkte
an den zu süßen, zu salzigen Geschmack gewöhnen
und dann auch diese sehr kritischen Lebensmittel
immer öfters essen
und die werden dann auch kritisch für unseren Gesundheitszustand.
Und da kann man wieder den Bogen zu den Kindern schaffen.
Das große Problem ist nämlich,
der Geschmack wird in der Kindheit geprägt.
Wenn ihr da draußen euch vielleicht einmal was erinnert,
was ihr als Kinder gern gegessen habt,
dann habe ich an eine Schokolade, die ihr wahnsinnig gern gegessen habt.
Den Geschmack habe ich heute noch auf der Zunge.
Und ich gestehe, ich gönne mir die auch hin und wieder.
Aber es ist für mich ein bewusstes Mich erinnern an die Kindheit.
Und weil du gesagt hast, wahlfrei hätte ich entscheide mich bewusst dafür.
Was ganz anderes ist,
dass ein Kind sich nicht bewusst oder unbewusst dafür entscheiden kann.
Also ein Kind wird gelockt durch eine Werbemaßnahme
und muss dann sozusagen diesen ganz starken Anreiz,
dieses ungesunde Produkt haben zu wollen.
Natürlich müssen die Töte natürlich die Entscheidungen treffen.
Für mich war es immer so, dass ich da echt sehr gesegnet bin,
weil wir haben eigentlich immer,
jetzt wo ich zum Beispiel ein Frühstück hernehme,
wo ich immer finde, dass schon der erste große Fehler anfängt
bei der Kinderernährung.
Jetzt dritte Kind ist übergewichtig in Österreich.
Und wir fangen eigentlich das Frühstück meistens an mit irgend sowas.
Also meine Kinder stehen dann natürlich auch
und sehen diese ganzen Comicfiguren,
wie du jetzt gesagt hast, mit großen Augen,
genau auf einer Augenhöhe an und sagen, den Pop
oder die Cornflakes oder keine Ahnung, das hätten sie gern.
Das haben sie einfach, das kriegen sie einfach nicht.
Und ich gehe mir darauf, dass das halt wirklich dann
der Hauptbestandteil oft von Frühstück ist,
dass man wirklich so Koko Pops oder keine Ahnung, wie du das Zeig hast,
dann in eine Schüssel durch, da vielleicht noch ein Misch dazu,

wo man Glück hat, vielleicht ein Misch,
was vielleicht ein bisschen ein Nährstoff noch drin hat,
oder vielleicht Ehrhalt bei mich oder sowas,
wo vielleicht dann auch fast nichts mehr in der Misch drin ist.
Und dann ist einfach einmal Zuckerladung in der Früh,
schon mal das erste, was kommt.
Also ich, für mich, merke, dass die Kinder schon voll die Gäude haben.
Also bei mir haben sie halt Dinkelflocken,
Haferflocken und so weiter.
Und dann granschen wir auch selber Sachen,
wo man einfach die Flocken, die verschiedenen Anrösten
mit Honig und so weiter.
Also auch falsierst, meine Kinder haben immer Zugung zu Zucker.
Das heißt, sie dürfen selber Zucker überall drüber,
wo sie wollen.
Wir nehmen dann zum Beispiel ein Naturjoghurt
und dann können selber Honig dazu,
wie viele Füße wollen,
weil du kannst niemals diese Zuckermengen,
wenn du sie selber dazu duerst,
eine da, die wo es eigentlich dann in irgendein Fertigprodukt auf drinnen sind.
Darum ist nicht einfach nur dies,
dass wir wieder selber die Komponenten sammeln sollen.
Also das ist sicher ein guter Weg,
um sozusagen auch klar zu wissen,
was nehme ich denn auf oder was gebe ich meinem Kind.
Und wenn du daneben stehst, dann siehst du,
wie viel Zucker das Kind eine gibt.
Also irgendwann wirst du wahrscheinlich auch doch sagen,
bitte stopp, jetzt wird es dann Zuckerberg.
Das ist ja so, dass sie das selber.
Sie haben natürlich einen Geschmack.
Sie sagt ja nicht von mir,
warte, wie viel Zucker du wirst.
Das mag ich gar nicht mehr.
Wenn man sich selber ausprobieren kann,
was schmeckt einem denn
und wo wer jetzt die ausreichende Zuckermenge erreicht,
das ist natürlich was anderes.
Wir haben uns vor einiger Zeit angeschaut,
weil du jetzt auch diese Schokobobs genannt hast.
Also wir haben uns vor einiger Zeit angeschaut
und von dort Deutschland hat da eine sehr breite Studie gemacht,

vor eineinhalb Jahren,
welche Lebensmittel im Supermarkt
denn ein Kinder beworben werden.
Und stichwort Serial, den Frühstück Serial,
den Regal.
Also da gibt es ja auch welche,
die durchaus mit Ballaststoffen und Vollkorn
und ich weiß nicht, was alles wäre.
Genau, noch eine Zusätzlich-Kalz-Hymide,
die sie irgendwie versteht.
Da steht dann ein riesengroß drauf natürlich.
Und dann ist jetzt schon sehr, sehr viel schwieriger.
Weil selbst wenn ich mich gut informiere als Konsumentin,
selbst wenn ich relativ gut Bescheid weiß
über Ernährung, dann ist es vielleicht
ja gar nicht so schlecht sein.
Und dann greife er zu diesem Lebensmittel,
vor allem wenn das Kind das dann haben will.
Sagen wir mal, die Verpackung werde vollkommen neutral gestaltet.
Und interessanterweise,
wenn du jetzt zum Frühstück Serialen Regal schaust,
sucht sie, sie werden immer mehr Verpackungen.
Also tatsächlich, manche Hersteller gehen weg
von diesem Kindermarkt gedinglich.
Das ist ein riesen, riesen, riesen Ritt.
Und dann sind sie plötzlich für die Kinder minimativ.
Und das Interessante ist,
dass diese Produkte dann oft einmal in dem
sie nicht mehr Kinder beworben werden,
sie nicht mehr zu halten.
Das Schlimmer ist, wenn du dann als Erwachsener,
also das ist auf diese Kombination von Bewerbung.
Das Kind wird mit einer Comicfigur gelockt.
Du als erwachsene Person,
kriegst dann die Beruhigung dazu.
Zum Beispiel auf den Frühstück Serialen
sind immer Laststoffe drinnen,
oder der Klassiker die Zucker mit den Vitaminen.
Jeder kennt sich, ich muss hier keine Marke nennen,
wo man dann das Quöl hat,
vielleicht ist es nicht ganz so schlecht,
wie jetzt normale Zucker,
weil da sind ja zumindest Vitamine drinnen.

Vitamine braucht das Kind so nicht.
Das sind niemals in einer Dosierung,
die für das Kind wirklich sinnvoll ist.
Jeder Apfel ist gescheiter.
Und Punkt zwei, natürlich wissen die Hersteller,
dass sie die Eltern auch beruhigen müssen.
Und dass es Schlüsselwörter und Schlüsselzutaten gibt,
die die Eltern dann beruhigen.
Das heißt, es ist so bewusst,
wie wir glauben, dass wir entscheiden können,
schaffen wir es gar nicht,
weil auch an uns als erwachsene Reize herangetragen werden,
die uns dann auch tendieren lassen,
dieses Produkt zum Beispiel,
das ist der andere,
obwohl es genauso ungesund ist.
Weil wir lassen uns sehr gerne täuschen im Supermarkt.
Das ist leider auch in der Natur
das Einkäufer, der Einkäuferin.
Plus im Supermarkt gerade mithindern.
Wir haben ganz wenige Sekunden Zeit,
uns zu entscheiden.
Tatsächlich, die meisten Entscheidungen fallen
immer halb von 1,6 Sekunden.
Und da schafft man es gar nicht in der Zeit,
die ganzen Zutaten durchzulesen
und womöglich auch noch so vergleichen.
Das wissen die Hersteller sehr genau.
Dann sagen sie, möchten die es unbedingt,
reduzieren wir das vielleicht auf eine Sache,
die sie aussuchen können und so weiter,
aber das ist alles schon wieder nur mehr Verhandlungsgeschick.
Und jetzt überhaupt hier,
in einer Presseausnehmung,
das erwähnt, dass Lidl,
Österreich und Lidl Deutschland
mit Ende 2025
keine Kinderlebensmittel mehr bewerben würden,
was den WHO-Richtlinien quasi nicht entsprechen.
Sankt die WHO-Richtlinien
in ein Maß, wo du jetzt sagst,
dass Ernährungswissenschaftlerin das passt,
wenn das nicht überschritten wird,

dass man dann trotzdem noch Werbung macht
oder ist dieser Grenzwert,
der was eigentlich aus deiner Sicht
vielleicht schon trotzdem
in dem Maße, wie es dann konsumiert werden kann,
schon bedenklich ist?
Also die Weltgesundheitsorganisation
im Kurz-WHO, die hat schon 2015
seinen Rahmen vorgegeben,
wo drinnen steht,
Lebensmittel gar nicht an Kinder beworben werden sollten.
Das heißt, Süßigkeiten,
Eis, ganz klassische Naschereien,
aber auch zu süße Frühstücksterealen
für manche
oder auch Limonaden.
Für manche Lebensmittelgruppen haben sie Grenzwerte aufgestellt.
Zum Beispiel
bei am JOKOR, die ist dann ein Grenzwert
von Fett und Zucker festgelegt.
Das sind Orientierungswerte,
die durchaus sehr hilfreich sind
und wir müssen ja auch den Herstellern die Möglichkeit geben,
sich an irgendwas zu orientieren.
Österreich hat tatsächlich auch seit 2 Jahren
ein ganz ähnliches sogenanntes Nervetprofil.
Da steht dann, also es ist eine ganz ähnliche Tabelle,
ich habe sie mitgebracht,
das ist von einer
Experten-Expertinnen-Kommission
entwickelt worden im Auftrag
Gesundheitsministeriums
und da gibt es auch genauso Tabelle,
wo drinnen steht, manche Lebensmittel
sollen wirklich nicht an Kinder beworben,
weil die sind einfach nicht gesund.
Und wenn ich mich als Leiter entscheide,
dem Kinder Eis zu kaufen, dann ist das die eine Sache.
Aber ich soll nicht in den Supermarkt gehen müssen
und in diese Situation gebracht werden,
dass ich da mit dem Kind streiten muss,
und im Sommer mit dem Kind
zum Eisheilung geht und der Eis kauft,

dann ist das eine ganz bewusste Entscheidung,
die natürlich nicht gefällt ist.
Wird diese Empfehlung quasi nachher umgesetzt
oder wird die nicht umgesetzt?
Diese Empfehlung, das ist das große Problem.
Wir hätten die riesen Chancen gehabt vor 2,5 Jahren,
dass ein Gesetz verankert wird,
zumindest für alle audiovisuellen Medien,
also den Fernsehrundfunk
und eventuell sogar fürs Internet.
Leider ist es hauptsächlich,
diese Tabelle hier, diese ganz einfache Orientierungstabelle
der Anbieter von audiovisuellen Medien,
also jeder Fernsehkanal zum Beispiel,
genau gewusst hat, okay, Bewerbung
rund um Kindersendungen für diese Lebensmittel,
nein, oder nur dann,
wenn sie den Fettzuckersalzgehalt nicht überschreiten.
Das ist leider fehlgeschlagen.
Wir als Foodwatch sagen, man sollte das trotzdem
als Grundlage hernehmen
und die Hersteller müssten sich halt
jetzt nochmal selber bei der Nase nehmen
und das vorher den Lidl genannt
und der hat insofern eine relativ gute Situation,
weil er hat viele Eigenmarken im Angebot
und das Eigenmarkenanbieter kann er sich auch
aussuchen, wie er seine Eigenmarken anbietet,
wie er die gestaltet,
wie er die Verpackung gestaltet
und die haben tatsächlich angekündigt,
dass sie die Verpackungen, also für die Lebensmittel,
die eben nicht gesund sind für die Kinder,
die diesen Herokritären nicht entsprechen,
dass dort keine Comicfiguren mehr drauf sein werden,
dass dort keine Spiele beigaben mehr sind,
keine Sammelaktionen und so weiter,
das heißt neutrale Verpackung.
Darüber hinaus, dass diese Lebensmittel dann an
in meinen Prospekten angeboten werden,
nicht mehr über Social Media, über die Website,
das heißt auch keine Werbung für ungesunde
Lebensmittel an Kinder gerichtet.

Das ist ein riesenfrieden Lidl gemacht hat.
Unser Wunsch wäre natürlich,
dass es einen gesetzlichen Rahmen gibt,
weil das Lidl das macht ist super.
Das heißt, das ist ein Vorreiter,
dass die anderen Lebensmittelketten da noch sind.
Und wir haben die anderen Lebensmittelketten deshalb
im Frühlinge aufgefordert, dass sie dem nachziehen
und haben nur teilweise beruhigende Antworten bekommen.
Viele haben eh auch zusätzlich
Programme, wo sie Zucker und Salz reduzieren.
Aber eigentlich niemand hat sich dazu bereit erklärt,
jetzt sofort so nachzuziehen, wie Lidl das macht,
nur alleine für die Eigenmarken.
Das wäre ein ganz, ganz wichtiger Schritt.
Viele Supermärkte haben gar nicht so viele Kinderprodukte,
also so viele Produkte an Kinder beworben,
wie es jetzt der Lidl hat.
Der hat da wirklich extrem viel Handlungsbedarf.
Auch der Hofer hätte sehr, sehr viel Handlungsbedarf.
Da ist Aldi auch in Deutschland an den Vorreiter,
die ziehen da ein bisschen nach.
Aber selbst die wenigen Produkte,
die jetzt zum Beispiel Klever oder Spar im Angebot haben,
als Eigenmarkt, die könnten sie durchaus bitte einfach so gestalten,
dass sie nicht attraktiv für Kinder sind,
also ohne komische Figuren.
Ganz ein einfacher Schritt.
Und was wir natürlich fordern, damit alle faire,
gleiche Bedingungen haben, wäre eine gesetzliche Regelung,
wo drinnen steht Lebensmittel, die zu viel Fett, Salz,
Zucker enthalten, zu Energie.
Gleich sind die dürfen schlicht und erweichsgereifend
nicht an Kinder beworben werden.
Dass sie eben regal sind, dass sie beworben werden,
okay, dass ich als Eltern, als Bezugsperson, entscheiden kann,
ich kaufe dem Kinder Eis, ich kaufe dem Kinder Schokolade hin und wieder.
Das ist in Entscheidung jeder einzelnen Person.
Aber dass sie in den Kampf hineingestickt werden,
als Eltern, als Bezugsperson jedes Mal diskutieren zu müssen,
ob das Kind das Schoko-Ei mit dem Pop-A-Troll
oder sonst irgendwas haben darf oder nicht.
Nur wegen dieser Figur, das finden wir reichlich unfair.

Würden wir die gleiche Diskussion führen,
wohnen auf gesunden Lebensmittel,
die was sehr näherhaft sein für Kinder Werbung draufsteht?
Das wäre durchaus hilfreich.
Ich glaube, viele Eltern werden da dankbar,
wenn die Kinder unbedingt die Kanotten oder die Äpfel haben wollen,
weil da irgendeine Figur drauf ist.
Vielleicht geht man es einfach um daran.
Oder einfach wirklich neutraler Gestalten,
dass man das nicht noch mehr fassiert.
Im Endeffekt mündert es natürlich,
dass wir in Österreich über 50 Prozent der Österreicher
über 15 Jahre übergewichtig sind,
weil wir in den Kinderjahren vielleicht falsch ernährt waren
bzw. wir uns falsch ernährt haben.
Und als Eltern ist natürlich immer eine Herausforderung,
je nachdem, wo du natürlich herkommst,
dass du in ein Elternhaus hast,
wie du jetzt sehr kurz gesagt hast,
auch die geschmackliche Fahrkonditionierung,
die da dann einfach ein bisschen anders ausschaut.
Was sind so die Produkte, wo du jetzt sagst,
als Ernährungswissenschaftler, liebe Eltern,
solange das noch nicht durchgängig ist,
dass wir eigentlich noch beworben werden,
wie könnte ich was, was kann ich anders machen,
also, dass ich die Kinder nicht zum Einkaufen mitgebracht habe.
Das ist sicherlich das Einfachste, aber dann kommt keiner dir zu Hause.
Warum heißt du mir nicht, dass du einen Schokol mitgebracht hast?
Das ist witzig bei mir, Kinder, das ist gar nicht,
dass ich mich probiere.
Es war immer wieder mal das Smarties,
das kaufe ich einfach nicht.
Und dann kennen sie natürlich auch nie auf die Idee,
sie wissen das, kriegen sie aber einfach nie.
Natürlich probieren sie es auch irgendwann einmal aus,
wenn sie die Möglichkeit haben im Urlaub oder so,
was gibt es so ab und zu irgendwas, dann probieren sie es aus.
Und ich kenne wirklich darauf,
warum sind eigentlich die Lebensmittel,
also die meistens hochverarbeiteten Lebensmittel,
warum haben die so viel Zucker, Fett und Salz?
Warum ist das so, wenn sie einer dann vielleicht ja gar nicht so gut schmeckt?

Warum macht man das?

Man kann es ja auch anders konditionieren.

Ich konnte ja einfach eigentlich nur die Comicfigur darauf da

und wirklich was eine da, wo ich jetzt sage,

das ist zumindest den WHO-Kriterien entsprechend.

Und konditioniere somit geschmacklich die Kinder auch anders.

Und wahrscheinlich ist aber trotzdem der Wiederkehreffekt dann da,

weil sie sich ja geschmacklich an das gewohnt haben.

Und dann das Essen.

Warum tut man da dieses Einzelnen noch mehr dazu?

Was bringt das?

Weil es wirklich noch besser schmeckt?

Weil man noch mehr, weil man quasi süchtig nach dem Wert

oder was ist da der Grund, warum man das macht?

Also ich kann es jetzt nur mutmaßen,

weil wir dazu jetzt keine Studien angestellt haben.

Aber was man schon weiß,

ist, dass die Hersteller sich sehr genau anschauen

und auch teilweise Studien machen,

dass die Kinder und die Lebensmittel verkosten lassen

und dann sozusagen nachjustieren mit dem Geschmack,

mit dem Zudaten, so lange bis es von den Kindern wirklich,

also von der Mehrheit der Kinder,

angenommen wird und gerne gegessen wird.

Also es ist unfassbar, was da getrieben wird.

Das heißt, es ist nicht zufällig, dass die Lebensmittel so schmecken.

Aber wieso, das frage ich mir immer,

das ist, ich finde die Kombination wahrscheinlich,

ich mache es so, aber eben meine Kinder,

mal den Selbstversuch,

einen Limonade herzustellen.

Also das mache ich immer wieder natürlich,

aber wie ich es erst einmal gemacht habe,

haben wir einfach ausprobiert,

wieviel Lüffel Zucker kennen wir da eigentlich,

dass einer noch schmeckt.

Einfach nur Mineralwasser mit Zitrone

und dann einfach geschaut,

wieviel Zucker in einen halben Liter oder so irgendwas.

Und da waren wir, ich glaube, bei acht oder so was,

war es für sie, dass sie gesagt haben,

das passt voll gut.

Und bei zehn war es so, dass sie gesagt haben,

das ist jetzt nicht immer gut,
ich habe keine Ahnung, ein Cola,
ein halbes Liter hat 16 Zuckerwürfe drin, zum Beispiel.
Wie gibt es das,
dass das dann überhaupt noch schmeckt,
wenn das eigentlich nur hauptsächlich Zucker ist?
Was wird da immer dazu geben,
dass das trotzdem, dass man überhaupt was essen kann,
wo so viel Zucker drin ist,
wenn du jetzt einfach nur das eine geben würdest in ein Wasser,
kannst du das ja nie trinken.
Was ist die Kombination?
Was ist da die Kombination?
Ich denke mir wahrscheinlich,
da haben wir noch ein bisschen Zitronensäure dazu,
bis du am absoluten genialen Punkt
quasi unserer geschen Mox-Warnnimmung
und dann hast du aber so viel Zucker drin
und das ist ja unser nächstes Thema.
Getränke.
Das ist schon ein klarer Trend.
Ich nehme immer wieder Warnnimmer im Supermarkt,
wo ich die Jungs das sehe
und dann eine halbe Liter Limonaden kauft.
In der Mittagspause, wo ich mir denke,
wow, wenn du das trinkst, braucht den ganzen Tag nichts mehr essen.
Kalorienmäßig, das ist richtig.
Genau, und Nährstoffe sind mit dem und Optik,
das ist eh klar, das ist aber die meisten,
auch nicht klar, weil es sehr oft einfach nur
zur Zettigung, oder?
Ja, ja.
Zum Gusterstillen.
Was ist da drinnen,
dass das möglich macht überhaupt,
dass es so viel Zucker, eine da kann,
oder so viel Fett drin ist?
Du hast das angesprochen, Zitronensäure
ist in ganz vielen Getränken
und Limonaden drin
und dann, wie gesagt, da hat jeder Hersteller
seine eigene Rezeptur, was da für Komponenten hineinkommen,
welche Aromen dann auch noch hineinkommen,

damit man das als wohlschmeckend wahrnimmt.
Das sind ausgekugelte Rezepturen,
da wird nix dem Zufall überlassen.
Und was noch dazu kommt,
ist die starke Markenbindung.
Wenn du ein Lebensmittel
konsumierst, weil bei Kindern
wurde das eben auch untersucht,
wenn sie etwas Attraktives damit verbinden,
dann sagt ihnen dieses Lebensmittel
auch mehr zu.
Das ist eine Kombination
von Vermarktung,
wie wird das Produkt eingekauft
und wie ist das Produkt zusammengesetzt?
Welche Komponenten hat das drin?
Welchen Geschmack? Welchen Geruch hat das auch?
Welche Sensoren?
Wie fühlt sich das auf der Zunge an?
Wie fühlt sich das im Mund an?
Das sind durchaus sehr ausgekugelte Dinge
und natürlich, du hast vollkommen recht,
wenn man zu Hause eine Limonade nachbaut,
macht man sie ganz anders
und man würde wahrscheinlich frische Zitrone dazu geben
oder frische Früchte hineingeben
und das ist ganz anders.
Und ich wette auch, dass man nicht
wie wenn man so wie du es gerade schildert hast
in Supermarkt, du hast diese riesen Gebinde,
eineinhalb Liter Limonade
und das als Durstlöscher zu verkaufen
ist einfach Wahnsinn.
Es ist immer eine Kombination von vielen Dingen
und die Bewerbung ist eben eine ganz, ganz kritische dabei.
Und das ist eben unser Punkt,
dass wir sagen, okay, gut, du
kannst dich entscheiden, ob den Zuckerreiches
Lebensmittel oder Zuckerreiches getränkt trinkst du da nicht.
Empfehlungen von der WHO gibt es so genüge,
dass wir nur maximal 25 Gramm Zucker pro Tag
auf uns aufnehmen sollten.
Das hat man mit so einem Getränk

sehr schnell erreicht,
wie mit einer halben Liter meistens schon.
Also das ist tatsächlich eine kritische Menge,
wenn ich das über das Getränk stille,
durstlöscher Wasser ist,
wie wenn ich empfehlen werde.
Die andere Geschichte ist eben jeder Vermarktung.
In welchem Kontext bitte ich das an?
Wir sehen, weil du gerade gesagt hast, die Jugendlichen.
Das ist ein ganz, ganz wichtiger Bereich,
wenn wir über die kleinen Kinder gesprochen,
bis ins Volksschulalter sind, diese Comic-Geschichten,
eine relevante Komponente in Marketing.
Für die Älteren wird es dann spannend,
für die ganzen Superstars, die sie kennen,
aus Gaming-Geschichten zum Beispiel,
über Social Media.
Also da fängt es vom späten Volksschulalter
bis in Unterstufe zum Beispiel,
gibt es erst das von Social Media,
wo die Kinder und jungen Jugendlichen
denen folgen und auf den,
in den Videos oder auch in den Games
kommen dann Produkte vor,
die wiederum einfach nicht gesund sind.
Bei den etwas Älteren sind es dann die Energydrinks,
die sehr massiv beworben werden.
Oder auch im Limonaden.
Und das alles bringt die Kinder in eine Situation.
Und das haben wir nämlich in einem Bereich,
wo die Eltern wirklich kaum noch die Chance haben,
eine Entscheidung für die Kinder zu treffen.
Also man kann, glaube ich,
als Eltern einfach,
es ist unrealistisch,
alle Kanäle der Kinder ständig zu überwachen
und zu wissen, was schauen sie genau an.
Oder welcher Star ist es gerade in?
Das wechselt ja auch relativ schnell.
Und wenn diese Stars,
dann diese Influencerinnen,
dann mit Produkten werben
oder die in ihre Spiele, in ihre Videos einbauen,

die halt einfach sehr ungesund sind.
Die sind sehr zuckereich,
sind sehr fettreich, sehr seizig.
Dann wirkt das auf die Kinder natürlich auch,
das macht man Star, das macht man Insta-Heldin.
Das mache ich auch, das will ich auch.
Und dann ist es für die Eltern umso schwieriger,
auf einer ganz anderen Ebene zu sagen,
du kriegst das nicht, weil oft wissen sie dann gar nicht,
wieso würde es jetzt mein Kind?
Wir haben eben gehört von vielen Eltern,
die gesagt haben, in der Unterstufe ist das dann Thema,
Tee ist zum Beispiel Eis,
Tee ist ja teilweise sehr gesüßt sind
oder da ist dann das Tee in Gehalt,
wieder ein Thema auch.
Warum will das das Kinder?
Das heißt wie gerade ein Musikstar.
Und was machst du als Eltern?
Also du kommst gar nicht nach
und diese ganzen Marketing kriegst du doch schauen.
Und von daher sagen wir,
von mir aus vermarktet es irgendwie gesunde Produkte,
die gescheit sind für die Entwicklung
der Kinder und Jugendlichen.
Aber das Vermarkten von ungesunden Produkten,
das hast du vorher angesprochen,
das ist nicht nur einfach ärgerlich für die Eltern,
das ist nicht nur einfach ein Marketing-Trick,
das ist ein riesiges gesellschaftliches Problem.
Weil die Kinder, wir haben im Volksschulalter
jedes dritte Kind in Österreich, ist übergewichtig.
30% der Kinder haben übergewichtigt.
Das ist für die Kinder schon furchtbar.
Die werden gemobbt, die tun sie schwer in der Bewegung.
Das hat psychische Beeinträchtigungen zur Folge.
Aus diesen Kindern werden dann sehr wahrscheinlich Jugendliche,
die schon die ersten gesundheitlichen,
massiven Probleme mit sich bringen,
HerzKreislaufverkrankungen, Diabetes Typ 2.
Also ich bin aufgewachsen mit Diabetes Typ 2
als Altersdiabetes.
Das war bei mir noch ganz klar,

das kriegen irgendwie Großeltern,
wenn sie sehr, sehr alt sind, vielleicht,
und auch noch übergewichtig, dann ist das ein Thema.
Mittlerweile haben wir bei den 15-jährigen das Thema Diabetes Typ 2.
Das ist längst keine Altersdiabetes mehr.
Also wir tun den Kindern wirklich nichts Gutes,
wenn man unterselt, ja, okay,
vielleicht habe ich einen gewissen Entscheidungsraum.
Das Internetmarketing wird es mir unnötig schwer gemacht.
Und durch das Internetmarketing wird es mir nahezu unmöglich gemacht,
zu wissen, mit welchen Dingen die Kinder gerade geködert werden,
damit sie um so eine Lebensmittel konsumieren.
Und das muss reguliert werden.
Es muss im Internet reguliert werden über Social Media,
im Fernsehen, über einfach alle Medien,
wo die Kinder einfach in Kontakt kommen.
Und dazu braucht es einen gesetzlichen Rahmen.
Wahrscheinlich braucht es immer,
ich sage immer, die Dinge ein bisschen größer,
wahrscheinlich braucht es gesetzliche Rahmenbedingungen,
da möchte ich noch ganz kurz mit dir auf die Seile,
wo es in Deutschland momentan gemacht wird.
Aber ich denke mir, es braucht Bewusstsein natürlich
bei der nächsten Generation auch,
also bei allen Menschen grundsätzlich,
dass Werbung einfach Werbung ist.
Und dass man dieses Bewusstsein zumindest,
dass das auch einfach da ist,
weil man wird das nie ganz weg da erkennen.
Das ist völlig klar,
weil beworben wird immer irgendwas,
weil irgendwer erfindet ein Produkt.
Und im Endeffekt wissen wir am besten
durch unseren Energy-Trink in Österreich,
wie es durch Marketing eigentlich alles möglich ist
und gemacht werden kann.
Und auch, wie erfolgreich,
dass man dann eigentlich mit einem Produkt sein kann.
Und das ist natürlich geschickt,
dass Marketing in dem Sinn oder wie immer,
dass man Marketing so groß machen kann.
Ich lüft vielleicht ein Geheimnis, aber nicht alle.
Und mit Sicherheit, die meisten Sportler,

die was ein Red Bull in der Hand haben,
trinken auch jeden da, der Red Bull,
für alle Jungen nicht.
Also mit Sicherheit nicht,
sondern die Sohien aber irgendwas.
Und ich finde es auch,
manche Sportler lassen das noch einmal durchsickern,
wie Ronaldo,
wenn man ein Kohler stehen gehabt hat
und hat gesagt, da ist das Kohler weg,
gibt es mal Wasser.
Das ist echt viral gegangen.
Und ich glaube, wir müssen auch dies wieder hören,
oder sehen,
dass es wirklich Menschen gibt,
die nicht nur von ihrer Werbetutierung treiben lassen,
sondern auch sagen,
ich kann mich nie identifizieren kennen,
mit dem Produkt.
Und ich kann mir nicht als Ronaldo her sitzen,
vorhin durchdrehen,
und genau schauen, wo sie ist und trinkt.
Und nachher fahren wir stets mal Kohler her.
Das ist einfach nicht authentisch.
Und ich glaube, da werden wir auch weiter hier kommen.
Ich denke mir jetzt im Internet,
nämlich vor allem,
jetzt grundsätzlich sind wir mit Ihnen konfrontiert.
Ich sage immer, das ist Out of Control.
Also momentan, wir haben,
seit Smartphone da ist,
momentan, auch wenn du keine Ahnung,
du hast das als Mama genauso,
Familylink oder was auch immer,
irgendwas, was ich von deinem Kind,
das erste Mal ein Handy kriegt,
das reguliert ist, das auf YouTube nicht alles sehen kann,
dass gewisse Zeiten
das nutzen kann und so weiter.
Und ich schütze mein Kind maximal,
aber ich kann es nicht
komplett obdrehen und sagen,
okay, du kriegst kein Handy oder sowas.

Und genau, und da ist für mich immer so wichtig,
dass man einen verschiedenen Schraubendreht,
einerseits, dass man eben sagt,
es ist voll wichtig,
dass unsere nächste Generation
das Handling mit diesen ganzen Informationen,
Medien, Werbung und so weiter,
dass wir wissen, dass das Werbung ist,
dass wir da geschult werden,
auch in den Schulen zum Beispiel,
dass ich einfach erkennen,
das ist Werbung, das ist Meinung
und das ist Wissen,
das ist eine Quelle, die ich vertrauen kann zum Beispiel.
Wo ich jetzt Wissen generieren will,
muss ich da schauen
und dann drücke ich mir
vielleicht irgendeine Repultose in die Hand.
Die muss ich nicht immer voll sein.
Da koa Wasser drin.
Wo man nur für sie nichts tut, ist das vielleicht da.
Die kriegst du dann eigentlich.
Ich glaube, das wäre dann so,
weil es alles auslöst.
Ich glaube, dass das voll wichtig ist,
dass wir schon der Bewusstseinsbildung machen
und dann, was ich halt schon auch voll schön finde,
wo wir wieder mehr zu dem hinkommen,
dass wir schon eine Eigenverantwortung übernehmen,
dass wir uns bewusst machen,
dass wir selber gestalten,
dass wir diese Verantwortung auch für diese übernehmen.
Und das ist relativ schwierig finde ich auch,
wenn man immer
irgendeinen Reizen ausgesetzt ist.
Und darum finde ich es voll gut,
wo man sich da Gedanken macht,
wie kann ich es zumindest so eindämmen,
dass ich das jetzt nicht...
Dinge so forcieren, die war es uns gesellschaftlich,
sie ersichtlich, schon schlecht dann,
weil auf unsere nächste Generation
mit offensichtlich anderen Zivilisationskrankheiten

ausgestattet wird durch das,
und Deutschland ist ja ganz spannend,
dort jetzt das
Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft,
was da ein Anministerium ist, finde ich auch ganz spannend,
haben sie da einfach ganz klar
für sich jetzt auch schon mal committed,
dass man Dinge nicht mehr bewerben darf,
die was an zu hohen Fett, Zucker
oder Salz gehalten haben,
was unter 14-Jährige bewirbt.
Das finde ich voll spannend,
magst du da ein bisschen herleiten,
und warum können wir das in Österreich nicht schaffen?
Aha, die zweite Frage ist ja gut.
Das müssen wir nicht Deutschland schaffen.
Nein, also wie gesagt,
wir hätten ja vor einiger Zeit schon die Chance gehabt,
dass wir zumindest einen Teilbereich regulieren,
und wobei ich jetzt mittlerweile
sag, damals wäre es gegangen, vor allem
um das klassische Fernsehen
und eventuell einen Teilbereich des Internets,
aber das ist auch nicht ausreichend.
Vielleicht hol's dann mal ganz kurz her,
wo wir eigentlich am meisten
Werbung jetzt abgeholt von den Kindern,
jetzt haben wir ein relativ viel über den Supermarktgerät,
da ist heute der Point of sale,
da sind wir schon dort,
da sind wir dann gefordert, das öttern,
wo unsere Kinder sind quasi,
aber sie schauen YouTube,
sie schauen Fernsehen,
sie haben irgendwelche Games,
also Spiele, wo auch Werbung kommt,
glaube ich, ist man da auch schon nicht gefeiert,
oder was sind so die Hauptbereiche,
wo eigentlich momentan subtil Kinderwerbung
für Lebensmittel,
wo es jetzt von der WHO nicht empfohlen wird
gemacht wird.
Ja, also schon ist das angesprochen,

das Internet ist einfach ein wachsender Bereich
und da sind's vor allem die
Social Media Stars über,
so geht normal TikTok auch schon,
ja, in jungen Jahren über Instagram,
YouTube war lange Zeit,
ist noch ein bisschen immer aktuell
wo Produkte,
wo die Influencer,
Influencerinnen, also diese Stars
sozusagen der Kinder und Jugendlichen,
dann einfach zum Beispiel, du machst
das, was wir gesehen haben
von einem,
zwei jungen Frauen,
die einen YouTube-Kanal haben,
die wir uns so genauer angeschaut haben
und die haben so Challenges gemacht,
ist einen Tag lang nur
Rosa-Dinge
und dann haben sie fast nur
ungesundes Zeug in sich hineingestopft
und was ist sie,
rosa Zucker, rosa Lutscher, rosa
Gummibärchen, also alles was rosa ist
und ganz viel ungesundes Zeug
und wir wissen, dass bei denen gerade
die Kinder, also die Mädchen
sind sehr jung, teilweise noch im Volksschulalter
die werden dann eingeladen, es auch zu probieren
die wollen ihn einzuladen, es auch zu probieren
ist zu liken, zu kommentieren
und durch diese Interaktion
über Social Media, über das Internet
werden die Kinder noch mehr gebunden
an das Produkt und an diese Art von Werbung
der zweite Punkt ist
weil du folgst jetzt das Bewusstsein schaffen
das wird extrem wichtig
sein, digitale Bildung ist ohnehin
ein ganz großes Thema für diese jünger Generation
allerdings
muss man auch berücksichtigen

die
Kinder können erst einmal in den Relativ-Städten
Alter wirklich bewusst
wahrnehmen, was Werbung bedeutet
nämlich das Werbung
darauf abzielt, dass sie dieses Produkt
kaufen sollen, also das können eigentlich
Kinder erst in der Unterstufe, so ab 12, 13, 14 Jahren
können die wirklich klar
formulieren und sagen, okay das
ist jetzt, das wird jetzt gemacht
damit ich mehr kaufe
natürlich muss man jetzt über das Social Media
und auch durch das die Kinder fermiert
mit Werbung konfrontiert sind
auch in viel kürzeren Abständen
weil wenn ich mal anschau
selbst in den Kinder-YouTube-Kanälen
da wird dann irgendeine Werbung dazwischen reingeschossen
soviel kannst du gar nicht schauen als Eltern
dass du einen Stopp drückst oder weiter hupst
das wird auch dazwischen reingespült
und da
im gewissen Alter
wird man das nicht auflösen können
dass Kinder einfach nicht differenzieren können
auch von der Reihe für das Gehirn
sei das Werbung darauf abzielt, dass sie das haben wollen
und damit müssen wir umgehen
und die Chance die wir sehen
und die absolut notwendige Situation
die wir sind, dass es da gesetzliche Regelungen gibt
sprich, dass in diesen Settings
ungesunde Lebensmittel einfach
nicht an Kinder beworben werden, es ist nicht
es ist wirklich nicht einzusehen warum die kleinsten damit konfrontiert werden
und die wissen ja gar nicht wie eine Geschichte
die wissen ja gar nicht warum sie dann in den Supermarkt gehen
und dieses Produkt unbedingt haben wollen
aber da gibt es
Studien dazu
die belegen wann ein Kind mit dem Lebensmittel konfrontiert wird
dieses Produkt zieht

oder ein ähnliches Produkt zieht
in dieser Werbung danach mit den Eltern
in den Supermarkt geht
sehr sehr wahrscheinlich genau dieses Produkt
oder ein Produkt dieser Produkt ob der unbedingt haben will
das heißt diese Reize die wirken ganz schön
und das Kind kann einfach nicht im Kindergartenalter differenzieren
das war das Werbung funktioniert
das kann ich ja unterstrahlen
und weil du sagst eben Bewusstsein
das ist alles ganz ganz wichtig unbedingt
bitte ja mehr Ernährungsbildung
auch schon in den Kindergarten unbedingt
die kleinsten können und sind teilweise auch
wirklich einfach sehr begeistert dabei
irgendwie selber was zu kochen
Äpfel zur Schnittung, Karotten zu reiben
immer die Kinder sind ja wahnsinnig schickt
wenn man sie lässt und da haben wir eine Lust
mal selber zu kochen zu kreieren
wir kennen es auch immer im Spielzimmer
da wird ja auch alles mögliche gekocht
wenn man sie wirklich in die Küche hinein nimmt
hat man schon ganz viel gewonnen in Richtung Ernährungsbildung
das ist der eine Weg der ganz wichtig ist
in den Schulen, in den Kindergärten und so weiter
und da haben natürlich
aber viele Eltern haben nicht die Möglichkeit
den Kindern dieses Wissen mitzugeben
viele Eltern haben dieses Wissen auch gar nicht
weil sie selber nicht die Möglichkeit haben
sich so zu informieren
und viele Eltern sind darauf angewiesen
im Supermarkt die Information zu bekommen
die ihnen hilft zu entscheiden
das ist ein gesundes Lebensmittel und das nicht
und dann finden wir als Futschers
ist es wirklich verwerflich
zu bewerben als für Kinder geeignet
dass absolut nicht gesund ist
und da müssen wir weg, da hilft die ganze
Aufklärung nix
das ist einfach Werbung wirkt

da werden Milliarden nicht hineingesteckt
von den Unternehmen, die wissen das
die machen Studien über Studien durch leuchtend
die Gehirne der Kinder
es ist abenteuerlich was da passiert
damit das Produkt möglichst attraktiv für das Kind gestaltet wird
und damit es möglichst schwierig wird
sage ich jetzt mal für die Betreuungspersonen
diesen Produkt zu widerstehen
um das Kind das nicht zu kaufen
eigentlich jetzt aus einer Werbestrategie
natürlich wenn ich jetzt
ein Produkt vermagten würde
eine ganz klare Sache
dass ich das so gestolzt
dass das Kind das unbedingt
aber es wäre natürlich nöblich
und so dass es die Kinder auch essen können
und dass wir dann nicht mit dem Übergewicht kämpfen
das wäre eigentlich vollesig
das ist genauso wie immer
man denkt warum eigentlich
die billigsten Lebensmittel
unter Umständen produziert
wo eigentlich Mensch, Tier und Umwelt darunter leidet
und warum sind das die billigsten Lebensmittel
und es müssen eigentlich die da ersten Lebensmittel sein
genau so
jetzt in der Gesundheitsfrage wäre es natürlich auch so
was hat sich jetzt Deutschland
vorgenommen quasi
grundsätzlich diese Werbung nicht mehr zuzulassen
beziehungsweise
in gewissen Zeitfenstern wo die Kinder
vermehrt schauen zum Beispiel
das nicht mehr zu machen
beziehungsweise
fastfoods, snacks, Süßigkeiten
und so weiter
der Vorschlag der von Deutschland gekommen ist
vom Österr Minister für Ernährung
und Landwirtschaft und das vorher gesagt hat
eine super Kombination eigentlich

das kehrt irgendwie zu haben
das kehrt eigentlich auch
das kehrt eigentlich auch mal an
das Thema bei Leute auf Lebenszeit
ist eigentlich schon transparent zu schaffen
ist immer das
die Landwirtschaft, also die Lebensmittelproduktion
entkoppelt hat vom Essen
auf die Landwirtschaft schimpft
und nachher so gehen wir, du schimpfst gerade auf die Server
weil du bist Landwirtschaft, ich bin Landwirtschaft
warum bin ich Landwirtschaft, ja weil du ist
und sobald du bist, bist du Landwirtschaft
weil du entscheidest wie wir produzieren
und diese Kombi, darum finde ich es eigentlich
voll schön, dass das zusammen ist
genau wie jetzt...
was hat der Herr Staatsminister vorgeschlagen?
der hat im Winter vorgeschlagen
in diesem Jahr
dass man tatsächlich
diese Kriterien der Weltgesundheitsorganisation
da darf drinnen sein, damit ein Lebensmittel
noch ein Kinder beworben werden darf
und er gesagt, alles was diesen Kriterien nicht
entspricht, darf ein Kinder nicht beworben
werden in verschiedenen Kontexten
die sehr interessant sind
zum einen hat er sich nämlich angeschaut
was sind denn wirklich Sendungen, die Kinder anschauen
und ganz oft hören wir ja so die Kindersendungen
und da rundherum soll keine Werbung gemacht werden
da wird eh schon kaum eine Werbung gemacht
für unsere Lebensmittel, also das haben wir ja leicht gelöst
Tatsache ist, jeder der Kinder hat was
also das Kinderprogramm, so wie wir es
in unserer Kindheit erlebt haben, das gibt es so nicht mehr
also es werden über den Tag verteilt
so verschiedensten Zeiten, über verschiedenste Kanäle
Sendungen angeboten
die für Kinder attraktiv werden
und damit gemeint
also wir sind auch zum Beispiel Sendungen

die man als Familie anschaut, also der typische Freitagabend oder der Samstagabend Shows die für die ganze Familie interessant sind natürlich auch für die Kinder, das heißt auch diese Sendezeiten würden eingeschlossen werden dass da keine ungesunden Produkte an Kinder gerichtet beworben werden dürfen dann hat er zusätzlich hineingenommen was ich sehr, sehr spannend finde eben das Internet, den Bereich Internet dass man da eine ganz klare Regulierung braucht, zumindest für Kinderkanäle zum Beispiel und so was wie eine ich sag jetzt einmal das böse Wort Bannmäle rund um Schulen, und zwar ich glaube im Unkreis von 100 Metern dass dort keine Werbung aufgestellt werden darf, keine Plakatwerbung vor allem die jetzt ungesunde Lebensmittel an Kinder bewirbt und auch das Sponsoring für Veranstaltungen also mir da kennt es von uns das Computer der Sommer und die Schulfeste sind da und da gibt es unter anderem auch Lebensmittelkonzerne die das gerne sponsern und das sind oft diejenigen die nicht die gesündesten Lebensmittel dann bewerben und auch diesem Sponsoring möchte er gerne in den Regel vor schieben, das heißt dass Kinder wirklich möglichst umfassend geschützt werden vor Werbung für Lebensmittel die ungesund sind für sie und das finde ich einen sehr, sehr mutigen Vorstoß jetzt dann in Deutschland vielleicht da keine Getränkeautomaten in dem Sinne mehr geben wie man es vorfindet oder ist das zu wenig Werbung also das war es nicht so ob ich das jetzt auch mit gemeint werde wer hat ein paar Stichpunkte genannt und wahrscheinlich sind alle diese Stichpunkte

durchaus noch weiter ausformulierbar
das wäre dann spannend wenn es wirklich
in einen Gesetzesvorschlag mündet
wir hoffen sehr dass er das durchbringt
aber natürlich sind die
das Ernährungsumfeld von Kindern
dass sie das in Deutschland auch schon öfters mal angeschaut
und unser Kritikpunkt ist das tatsächlich
die Ernährungsumwelten der Kinder
sehr, sehr schwierig gestaltet sind
also der Getränkeautomaten in der Schule
der Essensautomaten wo ganz oft
auch Süßigkeiten drinnen sind
wenn die Kinder zur Schule fahren
wenn sie zum Beispiel die Bahn
oder die Bus nehmen müssen
das sind oft mal was hatten dort für
ich meine ich bin letztes am Wochenende
war ich mit einem Zug unterwegs
was ist denn dort in den Automaten
das sind Limonaden drinnen
und vielleicht auch noch irgendwelche Wurst Snacks
also da ist, verstehe ich auch
dass man nach Automaten nichts anderes reinton kann
aber man muss den Automaten dort nicht hinstellen
also dass die Kinder zumindest in der Schule davor geschützt sind
dass diese Sachen nicht angeboten werden
und noch einmal, es ist nicht
dass die Kinder net Süßigkeiten essen dürfen
oder keine Limonade trinken dürfen
sondern dass sie bzw. ihre Betreuungspersonen
sich ganz bewusst entscheiden können
ist es jetzt okay für das Kind
dass es eine Limonade trinkt, eine Schokolade ist
und dass ich auch entscheiden kann
wie oft bekommt
das Mann ist die Gelegenheit
man ist der besondere Anlass, wo das okay ist
wo man das vielleicht auch als Familie machen
und nicht jeden Tag dann mit konfrontiert ist
und vielleicht sich auch als Kind
oder junger Heranwachsender
ständig selber auch vorsagen muss

ah, das sollte ich jetzt nicht trinken oder essen
weil es ist ja eigentlich ungesund
aber es steht ständig vor meiner Nase
und die Wette, viele von euch
oder viele von uns wissen genau
ob es auf der Tür ist oder wenn es im Kühlschrank ist
dann Essis oder trink ist
das heißt, wenn es vor der Nase des Kindes ist
dann ist es natürlich etwas was sie gerne haben möchten
und warum muss man es den Kindern so schwer machen
also, ich finde
es ist einfach, es gibt so tolle
gut schmeckende Lebensmittel
die wenig verarbeitet sind
die man in jeder Schule kann, die sie super anbieten kann
ich weiß, ich habe sogar einen ganz spannenden Podcast auch gehabt
zu dieser Geschichte
also bei keiner Schulverköstigung
so, so viel spannender und gesünder
zu gestalten, da braucht es diese Automaten gar nicht
und da braucht es auch nicht
die Bewerbung von den Konzernen
die halt diese ungesunde Lebensmittel anbieten
an Kinder, das braucht es nicht
genau, also eigentlich geht es um
dies, dass man einfach da
eine gewisse Schutzmauer
oder ein Schutzhofer einbaut
und gleichzeitig ist es natürlich
immer voll wichtig, muss ich auch dazu sagen
einfach, dass wir schon einverantwortlich
bewusste Entscheidungen treffen können
aber nicht, wo wir quasi
so überreizt sind, dass wir eigentlich
das Gefühl haben, wir kennen gar nicht aus
witzigerweise kann man natürlich immer aus
das muss ich auch herholen, also man kann auch in Zeiten
wo man das noch nicht umgesetzt hat
oder wo man da vielleicht
jetzt politisch noch nichts umgesetzt hat
trotzdem schon mit seinen Kindern ganz bewusst umgehen
oder sie da rauf schulen
dass sie auch, dass das sie

wirklich stärkt, wo man mal nachsagt
dass ich merke, das ist bei meinen Kindern immer
dass das zwar immer, warum muss ich immer, warum kann ich das nicht
und so weiter, aber im Endeffekt
ich merke, dass nach einander lang
sie eigentlich sagen, das ist voll cool
dass sie eigentlich nah sagen kann
ich kann das, weil ich das jeden Tag übe
irgendwer sagt, keine Ahnung, kaufen uns den Shopkosen
und er sagt nah, ich hab eigentlich ja jausen mit
und das ist eigentlich schon
voll lässig, muss ich sagen
wo man das einfach schafft, wo man durchgegelt wird
merkt man einfach, dass man in seiner Persönlichkeit
irgendwie stärker wird
und beim Essen geht das voll leicht
beim Essen kannst du nicht mehr trainieren
du kannst jeden Tag, du hast 3 bis 5 Anliegen
du nimmst es nicht und nimmst es als solches wie es jetzt ist
ich weiß nicht, ob Arme im Kindergarten da ist
um das Ganze Geburtstags
jause quasi
und da war ihm dann nach ein Nachspeise
und ich hab als Nachspeise
so ein 033er Naturtraumapfels
auf jeden Kind geben
und dann war eigentlich mehr, glaube ich
die Kindergärtnerin überrascht und hat gesagt
wenn ich nachspeise, meine Kinder, sie
schon nachspeise verdient, irgendeine Süßigkeit
oder irgendwas und es hat abwart sein müssen
genau weil bei uns war die guideline
zu Corona Zeit das abwart sein muss
und dann bin ich darauf gekommen, ob abwart geht
für mich jetzt gar nix, weil ich weiß jetzt nicht
was ich da jetzt abwart aus so einem Schrad
kaufen kann
und ich habe es selber im Bauernland
und bin es durchgegangen und habe gesagt, nein, eigentlich
ist das jetzt keine so kleine Schokolade
und ich habe mir gesagt, nein, eigentlich ist es cool
ich mache das mit der Apfelsaupte
und dann habe ich erklärt, dass eine Apfelsaupte

eigentlich ein Nachspeise ist
und ich werde es so viel müde haben
und dann haben wir gesagt, Wahnsinn
die wissen das aber jetzt, das trinkt man nicht einfach
nur zum Durstlöschen, sondern zuerst trinkt unser Wasser
und danach kennen sie sich
eine Apfelsauft nehmen zum Beispiel, weil sie einfach nachher
wissen, okay, das ist jetzt eigentlich
eine Süßspeise
und dann für ein Zeichen oder für ein Süßgetränk
wo ich sage, das ist eigentlich nicht was zum Durstlöschen
in der Situation Informationen weitergeben
ist natürlich das aller Trolst, denn das behält man
dann alle echter, wenn man es in der Situation erlebt hat
informieren
da würde ich einen Punkt noch anbringen
der mir ganz ganz wichtig ist
ich habe auch gar einen Eingangs erwähnt
es gibt auf EU-Ebene
das Recht für Konsumenten
es ist sogar in den EU-Verträgen festgeschrieben
und in dem
Basis EU Lebensmittelrecht
und in der Lebensmittel
Kennzeichnungsverordnung
es gibt auf EU immer eine ganz ganz tolle Gesetze
die uns Konsumenten, Konsumentinnen schützen
und die zwei Dinge sehr klar sagen
das erste ist, dass der Konsument
die Konsumentin über ein Lebensmittel
Informationen bekommen muss
um eine
informierte Kaufentscheidung treffen zu können
das ist alles was du genannt hast
dieses selbstverantwortlich
und so weiter
das muss die Verpackung hergeben
das muss der Hersteller über die Verpackung
zur Verfügung stellen
und das wird durch das Marketing ganz oft
überlagert
Punkt zwei, den mir ganz ganz wichtig ist
die Konsumenten, Konsumentinnen

dürfen durch Bewerbung
durch Aufmachung
der Erreichung der Lebensmittel
nicht in die Irre geführt werden
und auch da sind wir wieder beim Marketing
dass auch diesen Punkt überlagert
und oft einmal dazu führt
oder mindestens zu Graubereichen führt
dass wir über die Werbung, über die Vermarktung
eine Eigenschaft beworben kriegen
etwas suggeriert kriegen
was sich so nicht erfüllt
und der Klassiker, den wir heute sehr viel besprochen haben
ist, ein Angstig ungesundes Lebensmittel
wird dann Kinder beworben
also für Kinder lustig gestaltet
und die Eltern wird dann drauf gräben
mit Ballaststoffen und Vitaminen
das heißt, das Elterngewissen wird beruhigt
das Lebensmittel ist und bleibt
ungesundes
weil zu viel Zucker, zu viel Fett
und an sich unausgewogen
selbst wenn ich Ballaststoff wieder zustopfe
künstlicherweise
diese zwei Punkte sind mir ganz ganz wichtig festzuhalten
und ich ist es recht, würde ich keinen allen mitgeben
das haben wir im Supermarkt
und man immer euch was aufwagt
bitte meldet es uns auch
wenn wir ein Lebensmittel hochladen
einfach ein Foto machen dazu schreiben
warum ärgert mich das
warum fühle ich mich da in die Irre geleitet
oder vielleicht hinter das Licht geführt
oder ich sage jetzt den anderen Ausdruck nicht
den man sich manchmal denkt, wenn man da in den Supermarkt geht
und dann gibt es zusätzliche Maßnahmen
die uns erleichtern sollen diese Informationen
zu verstehen, die der Hersteller auf die Verpackung tun muss
der Hersteller ist erst seit 2011 verpflichtet
die Nährwertangaben auf die Verpackung zu dichten
man stelle sich vor

davor war das nichtpflicht
man erfuhrte viel Zucker
Fett, Salz, drinnen ist in deinem Lebensmittel
unglaublich, das ist eigentlich so kurz
also das muss man sich wirklich fragen
knapp einmal ein bisschen mehr über 10 Jahre
nur ist man drauf gekommen
das hilft manchen sehr informierten Konsumenten
aber ich muss gestehen, ich habe das studiert
und teilweise stehe ich auch vor dem Backen
und wenn ich jetzt gewissenhaft einkaufen wollen würde
was ich oft auch nicht die Zeit habe
also ich muss mir auf gewisse Grundkenntnisse
die habe verlassen
aber wenn ich jetzt Produkte verkaufen wollen würde
dann stehe ich
eine halbe Stunde vor dem Regal
das hat mehr Ballaststoffe, das hat vielleicht mehr Fett
und das hat vielleicht weniger Kalorien
und das sind wir wieder beim Punkt was du vorher gesagt hast
wenn man die Möglichkeit hat
selber gute Rohstoffe zu kaufen
selber zu kochen, selber Lebensmittel herzustellen
und sich dann nach bedarfen
eigenen besten Wissen und Gewissen
den Zucker oder das Salz oder das Fett hineingibt
dann ist das sicher die bessere Lösung
wenn man die Möglichkeit hat, ist es super
herzlichen Dank liebe Heide
wir sind da jetzt voll tief eindringen
in die Thematik, ist ja voll spannend
um es zu selber zu reflektieren
wo sind meine Grenzen, wo kann ich eigentlich noch
vor Ereignepfahren antwortlich handeln
wo bin ich quasi schon verfallen
in irgendeiner Werbethematik
wo ich gar nicht weiß, dass ich eigentlich schon fremdgesteuert bin
in Selbstreflektion gehen ist sicher
Spannende Geschichte, herzlichen Dank
dass du da warst
herzlichen Dank, dass ich hier sein durfte
und dass ich dieses interessante Gespräch mit dir haben durfte
und ich habe heute auch nochmal viel gelernt

und ich kann euch einiges weitergeben
und wie gesagt, gut was wird sie weiter dafür einsetzen
das zumindest der Kern für Supermarkttregal
mit den Kindern einmal
nicht mehr durch diese Comicfiguren gesteuert sein wird
danke dafür, ich finde
das ist eine wichtige Sache
wo ich am Wegsatz herzlichen Dank heide
und auch danke bei dir fürs mit dabei sein
gef়reuen wir uns beim nächsten Mal wieder einschätzt
Servus, tschau
und das wird uns als Reichschnitt verdient
ja selber, selber rein
ja selber, selber rein