

QUESTIONNAIRE

<i>Date :</i>	07.06.24	<i>Horaire :</i>	14:15 - 17:15	<i>Durée :</i>	180 minutes	
<i>Discipline :</i>	ALLEM	<i>Type :</i>	écrit	<i>Section(s) :</i>	GCC / GCF / GCG / GCGSL / GCG_ANGDF/GMM/ GSO	
					<i>Numéro du candidat :</i>	

Lieber beschweren, als Zucker reduzieren

Christoph Minhoff hat gerade viel zu tun. Er kämpft gegen ein geplantes Werbeverbot ungesunder Lebensmittel für Kinder, das bald kommen soll. Minhoff ist Hauptgeschäftsführer von gleich zwei Verbänden: der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie und des Lebensmittelverbands Deutschland. Seit ein paar Wochen veröffentlichen sie Stellungnahme um Stellungnahme: Ein Werbeverbot sei unnötig, ein drastischer Eingriff in die Marktwirtschaft und "schade allen", auch den Medien, die an der Lebensmittelwerbung kräftig verdienen.

Am Anfang der ganzen Aufregung stand der Plan des Bundesernährungsministers: Künftig soll Werbung für Lebensmittel mit hohem Zucker-, Fett- oder Salzgehalt, die sich an Kinder unter 14 Jahren richtet, in "allen für Kinder relevanten Medien" stark eingeschränkt werden.

Durch das Gesetz, so lautet die Annahme, würden Kinder weniger ungesunde, kalorienreiche Lebensmittel essen oder trinken – und damit weniger wahrscheinlich übergewichtig werden. Momentan wiegen etwa 15 Prozent der Kinder und Jugendlichen in Deutschland zu viel, sechs Prozent sind sogar adipös.

Medien spielen dabei wohl eine große Rolle: Kinder im Alter von drei bis 13 Jahren sehen im Durchschnitt täglich 15 Spots für ungesunde Lebensmittel. Es ist auch weitgehend unstrittig, dass die Ernährung im Kindes- und Jugendalter die Basis für das ganze Leben legt.

Für die deutsche Lebensmittelindustrie hingegen könnte ein solches Werbeverbot hohe Verluste bedeuten. 2021 gab sie mehr als eine Milliarde Euro für Süßwarenwerbung aus. Das zeigt, wie groß das Geschäft mit den ungesunden Produkten ist. Von dem geplanten Werbeverbot wären ca. 70 Prozent aller auf dem Markt befindlichen Produkte betroffen.

Studien belegen, dass die Hersteller mancher Lebensmittel allerdings nur ein wenig an der Zusammensetzung verändern müssten, damit sie nicht unter das geplante Werbeverbot fallen und das ist auch genau so gewollt: Mit dem Gesetz sollen die Hersteller dazu animiert werden, ihre Produkte gesünder zu machen, sie also mit weniger Fett, Salz und vor allem Zucker herzustellen.

Für Schokoriegel, Kuchen und Energydrinks bliebe die Werbung dennoch verboten, hier muss der Markt wohl noch anders reguliert werden. Großbritannien etwa hat eine Zuckerreduktion erreicht, indem es 2018 eine gestaffelte Zuckersteuer bei Softdrinks wie Cola einführte. Die Hersteller gaben die Steuer daraufhin nicht einfach an die Verbraucher weiter, indem sie die Preise erhöhten, sondern vermieden sie, indem sie den Zuckergehalt in den Getränken reduzierten. Der Erfolg stellte sich schnell ein, wie eine Studie mit zehn und elf Jahre alten Kindern von Anfang des Jahres zeigte.

Der pragmatische Weg der Briten könnte nun auch in Deutschland eingeschlagen werden. Das hätte dann gleich drei Vorteile: Die Hersteller dürften ihre Produkte weiter bewerben, die Kinder würden sich gesünder ernähren – und Lebensmittellobbyist Minhoff hätte mehr Zeit, sich um andere Dinge zu kümmern. Es gilt nämlich, die nächste Herausforderung zu bewältigen: Die Werbung für Alkohol: "Es muss Schluss sein mit dem Bierwerbespot bei der Fußballübertragung!"

(444 Wörter)

Gekürzt und verändert nach Jan Schweitzer aus: zeit.de, vom 27.04.2023.

Fragen zum Sachtext:

1. Kürzen Sie den Text auf ca. 148 Wörter! (± 10 Prozent)
(15 P.)
2. Vergleichen Sie das Vorgehen der deutschen Politik mit dem der Briten. Welche Unterschiede bzw. Gemeinsamkeiten kann man feststellen? Sind – Ihrer Meinung nach – weitere Einschränkungen, Verbote oder Vorschriften der Politik in Bezug auf die Gesundheit der Menschen sinnvoll? Begründen Sie Ihre Meinung! (mind. 200 Wörter)
(15 P.)

Fragen zu den literarischen Texten:

3. Elisabeth Langgässer: Untergetaucht

Beschreiben und analysieren Sie die Figur „Frieda“. Ist sie – Ihrer Meinung nach – eine positive oder eine negative Figur? (mind. 200 Wörter)

(15 P.)

4. Paul Celan: Todesfuge

Arbeiten Sie die Situation der Wir-Gruppe und des „Mannes im Haus“ heraus und analysieren Sie ihr Verhältnis zueinander. (mind. 200 Wörter)

(15 P.)