

Anfrage

der Abgeordneten Mag. Christian Drobis und Genoss:innen
an den Bundeskanzler
betreffend die billigste warme Mahlzeit in Österreich

Kein Geld für ein warmes Essen? Bundeskanzler Nehammer präsentierte dazu seine Lösung – nachzusehen in einem Video, das in einer geselligen Runde am 26. Juli bei einem Besuch der Halleiner ÖVP in der neu eröffneten Vinothek Konoba Pinna Nobilis entstanden ist und seit einigen Tagen auf X (ehem.Twitter) kursiert:

„Was ist eigentlich mit den Eltern? Was heißt, ein Kind kriegt keine warme Mahlzeit in Österreich? Wisst ihr, was die billigste warme Mahlzeit in Österreich ist? Sie ist nicht gesund, aber sie ist billig: Ein Hamburger bei McDonald's. 1,40 Euro, wenn ich noch Pommes dazu kaufe 3,50 Euro“ hört man den Bundeskanzler darin wörtlich sagen.

Kurz gefasst soll der unter der Teuerung leidende „Pöbel“ - wenn das Geld für ein warmes Mittagessen für die Kinder nicht mehr reicht - nicht Kuchen oder Brioche essen, sondern McDonalds-Burger. Das sei die billigste warme Mahlzeit im Land, die sich auch jeder leisten kann.

Diese unempathische und zynische Aussage des Bundeskanzlers in diesem Video hat zahlreiche Reaktionen, heftige Diskussionen und Kopfschütteln ausgelöst. Sozialminister Rauch meint dazu auf X „Menschen in Not auszurichten, sie seien selbst Schuld oder sollen ihren Kindern Fast Food servieren, ist zynisch“.

Ganz abgesehen davon wäre aber spannend zu wissen, auf welche gesundheitliche Expertise sich der Rat des Bundeskanzlers stützt, wonach sozial schwache Menschen ihre Kinder mit Fast Food ernähren sollen.

Die unterzeichneten Abgeordneten stellen dazu nachstehende

Anfrage:

1. Kann aus Ihrer Sicht ein lauwarmer Hamburger von McDonald's für € 1,40 tatsächlich als ausreichende warme Mahlzeit für ein Kind angesehen werden?
2. Welche fachliche gesundheitliche Expertise liegt Ihrer Aussage zugrunde, wonach Eltern ihre Kinder mit Hamburgern von McDonalds ernähren sollen, damit diese zu einer billigen warmen Mahlzeit kommen? Aus welcher Quelle bzw. von welchen Expert:innen Ihres umfangreichen Beraterstabs stammt diese Expertise?
3. Sind Ihnen die Nationalen Ernährungsempfehlungen für 4- bis 10-Jährige bekannt, die unter <https://www.richtigessenvonanfangen.at/expertinnen/ernaehrung/fuer-4-bis-10-jaehrige/oesterreichische-ernaehrungsempfehlungen> publiziert wurden?
4. Darin ist nachzulesen, dass „*Kinder auf ihre besonderen Bedürfnisse zugeschnittene Empfehlungen brauchen; denn im Kindesalter wird ein wichtiger Grundstein für das spätere Ernährungsverhalten gelegt. Dies ist eine Phase in der Ernährungsgewohnheiten und ein gesundes Verhalten maßgeblich geprägt werden. Die Ernährungsempfehlungen für 4- bis 10-jähriger Kinder basieren auf aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen, sind mit FachexpertInnen abgestimmt und leisten einen Beitrag für eine klare und strukturierte Ernährungskommunikation im Bereich der Kinderernährung. Zudem stellen die vorliegenden Ernährungsempfehlungen eine wichtige Basis für die Planung, Implementierung und Gestaltung von ernährungsbezogenen Programmen und Maßnahmen sowie Ernährungserziehung und Informationsprogrammen für die Zielgruppe 4- bis 10-jähriger Kinder dar*“.(Quelle). Sind aus Ihrer Sicht die nationalen Ernährungsempfehlungen für 4-10-jährige noch aufrecht oder haben Sie bzw. Ihr Ressort die Erarbeitung neuer Ernährungsempfehlungen für Kinder beauftragt, die zu

anderen Schlüssen kommen?

5. Eine wissenschaftliche Empfehlung für Fast Food ist in den aktuellen nationalen Ernährungsempfehlungen für 4-10 Jährige nicht zu finden; vielmehr wird Fast Food für Kinder in der Wissenschaft aufgrund des hohen Verarbeitungsgrads, einer hohen Energiedichte und eines niedrigen Gehalts an Mikronährstoffen wie Vitaminen und Mineralstoffen kritisch gesehen. Teilen Sie die Ansicht der Expert:innen dazu? Falls ja, warum empfehlen Sie ausgerechnet dieser Gruppe entgegen dem wissenschaftlichen Kenntnisstand eine gänzlich andere Ernährungsweise?
6. Der Energiegehalt eines Hamburger von McDonalds wird mit 258 kcal (<https://www.mcdonalds.at/produkt/hamburger>) ausgewiesen; um den Tages-Energiebedarf eines Kindes zu decken müssten daher mehrere Hamburger verzehrt werden – was weder billig noch gesund ist. Wäre es als Bundeskanzler der Republik Österreich nicht vielmehr ihre Aufgabe, Bewusstsein für gesunde und ausgewogene Ernährung zu schaffen statt Werbung für Junk Food und McDonalds zu machen?
7. Der häufige Konsum von Fastfood kann die Entwicklung einer Adipositas bei Kindern und Jugendlichen begünstigen. Welche konkreten Schritte werden Sie beauftragen um sicherzustellen, dass eine erschwingliche und ausgewogene Ernährung für alle Kinder in Österreich gewährleistet ist bzw. um einkommensschwache Familien bei der Sicherstellung einer ausgewogenen Ernährung für ihre Kinder zu unterstützen?
8. Auch wenn in Österreich Armut selten mit Hunger gleichzusetzen ist, ist das Phänomen von Ernährungsarmut zu beobachten, worunter auch eine schlechtere ernährungsphysiologische Qualität von Lebensmitteln zu verstehen ist. Wenn nur wenig Geld für die Ernährung zur Verfügung steht, muss auf „billige“ Lebensmittel (mit zum Teil deutlich höherem Zucker- und Fettgehalt) zurückgegriffen werden. Dadurch ist zB zu wenig frisches Obst und Gemüse auf dem Speiseplan zu finden. Diese Ernährungsarmut stellt das größte Unterscheidungsmerkmal im Ernährungsverhalten unterschiedlicher Einkommensschichten dar. Welche Maßnahmen gedenkt die Bundesregierung zu setzen, um dieser

Ernährungsarmut entgegenzuwirken?

9. In der Kindheit werden Ernährungsvorlieben und Essgewohnheiten geprägt, daher sind Kinder eine attraktive und wichtige Zielgruppe der Lebensmittel- und Werbeindustrie. In der Umsetzung der Audiovisuellen Mediendienste-Richtlinie der EU hat Österreich im Unterschied zu anderen Ländern auf eine Selbstverpflichtung der Medienwirtschaft gesetzt und es verabsäumt, verbindliche Vorgaben zu etablieren. Nicht einmal das von der nationalen Ernährungskommission erarbeitete Nährwertprofil zur Lenkung von Werbung in audiovisuellen Medien rund um Kindersendungen wurde zur Grundlage der Selbstverpflichtung gemacht. Welche Maßnahmen wird die Bundesregierung zur Verringerung des Marketingdrucks durch Werbung auf Kinder setzen und wann wird dies erfolgen?

May Döll A

P. Rech
(NKZK)

Nuss
(NUSSBAHN)

Aufbau
(SARON)

R. Silber
(SILVSA)

