



Universität Hamburg

DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

UHH – Fakultät BWL
Von-Melle-Park 5 20146 Hamburg

Foodwatch e.V.
z.H. Frau Luise Molling
Brunnenstr. 181
10119 Berlin
Germany

PD Dr. Tobias Effertz

Fakultät für Betriebswirtschaft
Institut für Recht der Wirtschaft
Moorweidenstrasse 18
20148 Hamburg

Tel. +49 (0)40 - 42838 -6450
Fax +49 (0)40 - 42838 -6443
effertz@uni-hamburg.de
www.bwl.uni-hamburg.de/IRDW

12.12.2022
IRDW, TE

Sonderauswertung Fernsehwerbung für Foodwatch e.V.

Der Verein Foodwatch e.V. bat mit Email vom 19.10.2022 um eine Sonderauswertung zur von Kindern gesehenen Fernsehwerbung in Deutschland zwecks Beantwortung nachstehender Fragen. Datengrundlage für deren Beantwortung ist ein Datensatz der UHH / Institut für Recht der Wirtschaft über die Fernsehwerbung auf den 5 bei Kindern beliebtesten Fernsehsendern in Deutschland (Super RTL, Disney Channel, Pro7, Nickelodeon und RTL) im Jahr 2019 (8.269 Fernsehwerbespots).

I.

Wieviel Prozent der Werbung für ungesunde Lebensmittel wird zwischen 20 Uhr und 22 Uhr ausgestrahlt?

- Ca. 19,53% der Werbung für ungesunde Lebensmittel mit hohem Fett-, Salz-, und Zuckergehalt wird zwischen 20:00 Uhr und 22:00 Uhr ausgestrahlt.

Wieviel Prozent der gesamten Werbung für ungesunde Lebensmittel wird zur Abendzeit ausgestrahlt?

- In die Abendzeit von 20 bis 22 Uhr fällt alleine die Hälfte (50%) der Snackwerbung, 62% der Eiscreme-Werbung, 27,86 % der Süßigkeitenwerbung, 28,79% der Softdrinkwerbung und ca. 62,86% der Alkoholwerbung. 11% der Fastfood-Werbung fällt ebenfalls in diesen Zeitslot.

Wie viele Werbespots für ungesunde Lebensmittel sehen die TV-nutzenden Kinder zur Abendzeit

- Durchschnittlich ca. 5 Werbespots pro Tag und Kind (ca. 47 % aller Werbespots für ungesunde Lebensmittel) entfallen auf den Zeitslot zwischen 20:00 und 22:00 Uhr.

Fazit: Die von Kindern gesehenen Werbungen für ungesunde Lebensmittel zur Abendzeit machen knapp die Hälfte aller gesehenen Werbespots für ungesunde Lebensmittel aus.

Anmerkung: Befund deckt sich mit Beobachtungen und Analysen aus UK bzgl. dortiger Zeitslotregulierung im Fernsehen, wonach Kinder häufig nach 20 Uhr noch fernsehen. Daten aus dem Jahr 2019; aktuell ggf. Veränderungen im TV-Sehverhalten der Kinder, Werbeplatzierungen etc. insbesondere vor dem Hintergrund möglicher veränderter Sehgewohnheiten durch die Coronapandemie.

Hamburg, 12.12.2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Effertz', written in a cursive style.

PD Dr. Tobias Effertz